

Álbum visual: Nasty Boyz

Visual album: Nasty Boyz



Grado en Comunicación Audiovisual
TRABAJO FIN DE GRADO: Modalidad C

Autores:

Alejandro Estellés Mariscal 53752853J

Ana Lafuente Albarrán 20915311P

Ruth Ortiz Museros 20913295Q

Tutor: Aarón Rodríguez Serrano

Junio de 2020

RESUMEN

Nasty Boyz pretende ser un álbum visual que contenga cinco temas de género urbano del cantante Zé Carda. Este está producido por *Wave Beats*, una productora ficticia creada durante la carrera y formada por los autores de este proyecto.

Hemos escogido este formato para salir de lo tradicional y mostrar una nueva forma de consumir material audiovisual, donde la música no existe sin la imagen y viceversa, por eso concebimos *Nasty Boyz* como una experiencia audiovisual.

Para lograr esto ha sido necesario crear un hilo narrativo entre las cinco canciones y convertirlo en imágenes. Con el fin de aportar unidad a estas imágenes hemos hecho uso de recursos como la utilización de un único personaje principal, una determinada paleta de colores y referencias visuales relacionadas entre sí a lo largo de todo el álbum. Todo esto ligado al aspecto musical, donde encontramos desde sonidos cercanos al ritmo tropical y a lo que suena en los clubs de España hasta una reinterpretación de la música urbana más característica de los Estados Unidos.

Con este álbum esperamos lograr un producto puntero que a través de su difusión en redes destaque en la industria y el panorama actual, para conseguir así más visibilidad y oportunidades de negocio para *Wave Beats*.

PALABRAS CLAVE

Álbum visual, productora, música urbana, unidad, industria musical, redes sociales.

ABSTRACT

Nasty Boyz aims to be a visual album containing five urban genre tracks of the singer Zé Carda. This album is produced by Wave Beats, a fictional production company created during the race and formed by the authors of this project.

We have chosen this format to get out of the traditional stereotypes and show a new way of consuming audiovisual material, where music does not exist without the image and vice versa, that is why we conceive *Nasty Boyz* as an audiovisual experience.

To achieve this it has been necessary to create a narrative thread between the five songs and convert it into images. In order to bring unity to these images we have made use of resources such as the use of a single main character, a certain palette of colors and visual references related to each other throughout the album. All this linked to the musical aspect, where we find from sounds close to the tropical rhythm and what sounds in the clubs of Spain to a reinterpretation of the most characteristic urban music in the United States.

With this album we hope to achieve a leading product that, through its diffusion in networks, will stand out in the industry and the current panorama, in order to achieve more visibility and business opportunities for Wave Beats.

KEY WORDS

Visual album, producer, urban music, unit, music industry, social networks.

ÍNDICE

1. Introducción	6
1.1. Justificación y oportunidad del proyecto	6
1.2. Objetivos	7
1. Introduction	8
1.1. Justification and opportunity of the project	8
1.2. Objectives	9
2. Estructura de trabajo	10
2. Work structure	12
3. Marco teórico	14
3.1. La música urbana como género musical y expresión cultural: su consolidación a partir de los años 2000	15
3.2. La música urbana en España	18
3.3. Formas de representación: el álbum visual	20
3.4. Análisis de los álbumes visuales más influyentes del género urbano	22
3.4.1. Lemonade (2016) - Beyoncé	22
3.4.2. Please Forgive Me (2016) - Drake	25
3.4.3. Runaway: My Beautiful Dark Twisted Fantasy (2011) - Kanye West	28
3.4.4. Yo Hago Lo Que Me Da La Gana (2020) - Bad Bunny	31
3.4.5. Mala Ruina (2018) - Criando Ratas ft. Yung Beef	37
3.5. Conclusiones	40
3. Theoretical framework	42
3.1. Urban music as a musical genre and cultural expression: its consolidation from the 2000s.	43
3.2. Urban music in Spain.	45
3.3. Forms of representation: the visual album.	47
3.4. Analysis of the most influential visual albums of the urban genre	49

3.4.1. Lemonade (2016) - Beyoncé. Directed by Beyoncé	49
3.4.2. Please Forgive Me (2016) - Drake	53
3.4.3. Runaway: My Beautiful Dark Twisted Fantasy (2011) - Kanye West	55
3.4.4. Yo Hago Lo Que Me Da La Gana (2020) - Bad Bunny	58
3.4.5. Mala Ruina (2018) - Criando Ratas ft. Yung Beef	63
3.5. Conclusions	66
4. Argumentación sobre las decisiones discursivas	68
5. Sinopsis del Proyecto de Producción	73
5.1. Composición musical	73
5.1.1. Nasty boyz	73
5.1.2. Tiempo	76
5.1.3. Ya no sé	78
5.1.4. Modelo	81
5.1.5. Maradona	85
5.2. Tema	89
5.3. Idea narrativa	89
5.4. Storyline	89
5.5. Sinopsis	89
5.6. Construcción de personajes	90
5.7. Tratamiento de guión	94
6. Estructura de producción	104
6.1. Pre-producción	104
6.2. Producción	105
6.3. Post- producción	106
6.4. Cronograma	107

7. Guión	108
7.1. Guión literario	108
7.2. Guión técnico	121
8. Desgloses de guión	154
8.1. Localizaciones	154
8.2. Personajes	155
8.3. Caracterización y vestuario	157
8.4. Atrezzo	160
8.5. Técnico	161
8.6. Otras necesidades	162
9. Plan de rodaje	163
10. Memoria de producción	166
11. Equipo de trabajo	176
12. Plan de explotación	179
12.1. Análisis del mercado al que va dirigido el producto	179
12.2. Plan de comunicación y marketing	182
13. Gestión de derechos de autor	196
14. Resultados y conclusiones	198
14. Results and conclusions	202
15. Referencias bibliográficas y documentales	206

1. Introducción

1.1. Justificación y oportunidad del proyecto

Desde el primer momento concebimos este proyecto como una oportunidad para mostrar tanto el trabajo realizado por el grupo en los cuatro años de carrera, como nuestras aspiraciones y metas, por lo que asumimos la autoría grupal de este álbum. Sin embargo, debido al estado de alerta en el que actualmente nos encontramos, se nos hace imposible llevarlo a cabo, por lo que nuestro proyecto se ha quedado en una ilusión. A raíz de estas circunstancias en este documento nos centraremos en el desarrollo de la pre-producción del álbum visual *Nasty Boyz*.

Ya hemos trabajado juntos a lo largo del curso, y conocemos nuestro potencial como equipo. Tenemos en cuenta nuestras debilidades pero sobre todo sabemos cuales son nuestras fortalezas y nos aprovechamos de ello, motivos por los que decidimos juntarnos en la creación de este proyecto. Además recuperamos *Wave Beats*, una productora ficticia creada para la asignatura Empresas de Comunicación (CA 0913) dedicada a la producción y promoción de temas musicales con bajo presupuesto, y con la que desarrollamos este proyecto.

Para nosotros, el trabajo en equipo se basa en la colaboración, comunicación, coordinación y organización del grupo, por lo que cada decisión se toma de forma conjunta. Sin embargo, cada integrante tiene unas funciones asignadas:

En primer lugar, Alejandro Estellés realiza las funciones de productor musical, operador de cámara y montador. En segundo lugar, Ruth Ortiz desarrolla las funciones de productora, directora artística y script. Por último Ana Lafuente se ocupa de la dirección de actores y la caracterización, así como de las tareas de community manager y ayudante de producción.

Además, contaremos con la ayuda externa de nuestro compañero Néstor Cabedo, quien ha colaborado como cantante en las canciones y colabora en la elaboración conjunta del guión.

1.2. Objetivos

A continuación expondremos los objetivos que nos hemos propuesto para la realización de este proyecto. Distinguimos dos clases, el objetivo principal, que esperamos conseguir con la finalización del álbum; y los secundarios, que nos ayudarán en el desarrollo y organización del primero.

En primer lugar, nuestro **principal objetivo** consiste en crear un producto audiovisual, en formato de álbum visual de un total de cinco temas producidos por nosotros. Con este, esperamos explotar nuestros conocimientos adquiridos hasta ahora, sin entrar en los típicos cánones del videoclip, apostando por una forma más creativa de difundir el contenido creado y con el fin de llegar al público mostrando un punto de vista reflexivo acerca de la sociedad actual.

En cuanto a los **objetivos secundarios** que nos ayudarán a desarrollarlo:

- Investigar el marco de la música urbana como género musical y expresión cultural a partir del año 2000 con el fin de contextualizar nuestras canciones.
- Analizar los álbumes visuales más destacados para obtener los rasgos de identidad que este formato presenta y poder aplicarlos a nuestro trabajo.
- Producir las cinco canciones que contiene el álbum desarrollando a su vez un guión que se adecue al tema de la música generada para crear una sintonía entre ambos aspectos.
- Desarrollar la fase de pre-producción del producto audiovisual siguiendo las pautas del guión.
- Elaborar un completo plan de explotación y comunicación habiendo realizado previamente un análisis de mercado, con el fin de que el material artístico producido tenga salida fuera del ámbito universitario.

1. Introduction

1.1. Justification and opportunity of the project

From the first moment we conceived this project as an opportunity to show both the work done by the group in the four-year career, as well as our aspirations and goals, for which we assumed group authorship of this album. However, due to the state of alert in which we currently find ourselves, it is impossible for us to carry it out, that is why our project has remained an illusion. Following these circumstances in this document we will focus on the development of the pre-production of the visual album Nasty Boyz.

We have already worked together throughout the grade, and we know our potential as a team. We take into account our weaknesses but above all we know what our strengths are and we take advantage of them, which is why we decided to join together in the creation of this project. We also recovered Wave Beats, a fictitious production company created for the subject Communication Companies (CA 0913) dedicated to the production and promotion of musical themes on a low budget, where we developed this project.

For us, teamwork is based on collaboration, communication, coordination and organization of the group, so each decision is made together. However, each member has assigned functions:

Firstly, Alejandro Estellés performs the functions of music producer, camera operator and editor. Secondly, Ruth Ortiz develops the roles of producer, artistic director and script. Finally, Ana Lafuente deals with the direction of actors and characterization, as well as the tasks of community manager and production assistant.

In addition, we will have the external help of our colleague Néstor Cabedo, who has collaborated with us in the songs as a singer and collaborates in the joint development of the script.

1.2. Objectives

Below we will present the objectives that we have set for the realization of this project. We've distinguished two classes, the main objective, which we hope to achieve with the completion of the album; and the secondary ones, which will help us in the development and organization of the former.

First of all, our **main objective** is to create an audiovisual product, using the visual album format, of a total of five songs produced by us. With this, we hope to exploit our knowledge acquired so far, without going into the typical canons of the video clip, betting on a more creative way of disseminating the content created and in order to reach the public showing a reflective point of view about today's society .

Regarding the **secondary objectives** that will help us develop it:

- Investigate the framework of urban music as a musical genre and cultural expression from the year 2000 in order to contextualize our songs.
- Analyze the most outstanding visual albums to obtain the identity features that this format presents and to be able to apply them to our work.
- Produce the five songs that the album contains, developing at the same time a script that adapts to the theme of the music generated to create a harmony between both aspects.
- Develop the pre-production phase of the audiovisual product following the guidelines of the script.
- Prepare a complete exploitation and communication plan, having previously carried out a market analysis, so that the artistic material produced has an outlet outside the university environment.

2. Estructura de trabajo

Por lo que respecta al orden establecido en el desarrollo del proyecto, hemos seguido las directrices acotadas en el manual de instrucciones del Trabajo de Fin de Grado y lo hemos organizado de la siguiente manera:

En primer lugar, introducimos la idea de nuestro proyecto explicando tanto los motivos por los que escogimos esta modalidad, como los objetivos que nos planteamos como equipo. En este apartado presentamos el origen de nuestra productora ficticia *Wave Beats* y explicamos también la función de cada integrante del grupo así como la colaboración externa recibida.

Posteriormente damos paso a la información que contextualiza este proyecto, centrándonos en el marco de la música urbana y el formato del álbum visual, y analizando los álbumes visuales más destacados del género musical urbano.

A continuación se establecen los apartados que detallan la construcción de nuestro proyecto. Comenzamos analizando y descomponiendo la producción musical de las cinco canciones que conforman el álbum y explicando los cuatro factores que las caracterizan. Tras esto, exponemos el desarrollo de la idea narrativa que vamos a seguir a la hora de realizar el guión y analizamos las características de los personajes, sus intenciones, ambiciones y estilo de vida.

Estos documentos nos ayudan a contextualizar el proyecto y elaborar el guión final, y dan paso al apartado más práctico, el proceso de producción. Para documentar este proceso hemos aportado los desgloses y el plan de rodaje que pretendíamos utilizar si hubiéramos llevado a cabo esta fase del proyecto.

Después de esta fase, entramos en el plan de explotación que hemos ideado para nuestro producto. Ya que no hemos podido producir el álbum visual, hemos ampliado este apartado aportando conocimientos adquiridos estos cuatro años en asignaturas como *Marketing* y *Empresas de Comunicación*.

Realizando un análisis de mercado previo para nuestra empresa hemos desarrollado una estrategia de comunicación centrada en las redes sociales y con la que pretendemos alcanzar los objetivos de difusión propuestos.

Finalmente, en el apartado de resultados y conclusiones, retomamos los objetivos y comprobamos si los hemos llevado a cabo a lo largo del desarrollo del proyecto. En nuestro caso, hemos tenido en cuenta la imposibilidad de cumplir la mayor parte de estos objetivos debido a la situación provocada por la crisis del Covid-19.

2. Work structure

Regarding the order established in the development of the project, we have followed the guidelines outlined in the instruction manual for the Final Degree Project and we have organized it as the following:

First, we introduce the idea of our project explaining both the reasons why we chose this modality, and the objectives that we set as a team. In this section we present the origin of our fictional producer Wave Beats and we also explain the role of each member of the group as well as the external collaboration received.

Later we give way to the information that contextualizes this project, focusing on the framework of urban music and the format of the visual album, and analyzing the most outstanding visual albums of the urban musical genre.

Below are the sections that detail the construction of our project. We begin by analyzing and decomposing the musical production of the five songs that make up the album and explaining the four factors that characterize them. After this, we present the development of the narrative idea that we are going to follow when making the script and we analyze the characteristics of the characters, their intentions, ambitions and lifestyle.

These documents help us contextualize the project and prepare the final script, and make way to the most practical section, the production process. To write down this process we have provided the breakdowns and the filming plan that we intended to use if we had carried out this phase of the project.

After this phase, we enter the exploitation plan that we have devised for our product. Since we have not been able to produce the visual album, we have expanded this section by providing knowledge acquired during these four years in subjects such as Marketing and Communication Companies.

Carrying out a preliminary market analysis for our company, we have developed a communication strategy focused on social networks and with which we intend to achieve the proposed dissemination objectives.

Finally, in the results and conclusions section, we return to the objectives and check whether we have carried them out throughout the development of the project. In our case, we have taken into account the impossibility of meeting most of these objectives due to the situation caused by the Covid-19 crisis.

3. Marco teórico

Nuestro proyecto consiste en la elaboración de un álbum visual que contenga los cinco temas de Zé Carda producidos por *Wave Beats*, y para ello debemos conocer tanto el género musical del artista como el formato que desarrollamos como productora.

Nestor Cabedo, cuyo nombre artístico es Zé Carda, encuentra en la música urbana una gran oportunidad para expresarse y aplicar sus conocimientos musicales y artísticos. Sus temas tienen una notable influencia del panorama actual tanto estadounidense como latino y español y nacen con el fin de hacerse un hueco dentro de esta industria.

Mediante la música trata de representar su posición actual y estatus denunciando la legitimación de aspectos cotidianos a través de la crítica social, mediante ritmos del rap y el *trap*, temática que también se enfoca en la industria de la noche haciendo canciones de tipo *disco-pop* y *reggaeton*.

En cuanto al formato escogido hemos optado por el álbum visual ya creemos en la conexión entre la música y el audiovisual, y queremos expresarlo de forma creativa y original utilizando un formato poco común, pero donde nos sentimos cómodos aunando nuestras capacidades.

Para poner en contexto este proyecto, realizaremos a continuación una investigación del panorama musical urbano desde el 2000 hasta 2020, destacando finalmente el género en España. Posteriormente expondremos las características del álbum visual, un formato poco conocido y analizaremos los álbumes visuales más influyentes del género urbano para extraer marcas enunciativas y aspectos que nos puedan ayudar en la realización de nuestro proyecto.

3.1. La música urbana como género musical y expresión cultural: su consolidación a partir de los años 2000.

Tal y como conocemos el género urbano hoy en día, este presenta diferentes interpretaciones y derivaciones dentro del propio género musical. El *trap*, el hiphop, el *reggaeton* o el rap son algunos de los géneros que junto a grandes intérpretes han conseguido sobrepasar barreras y llegar a situarse en lo más alto del escalafón musical a nivel mundial.

A principios de los años 70 se generó una explosión musical, donde surgieron grandes mitos musicales que a día de hoy siguen siendo referentes de la música urbana. Un manifiesto social, junto con la creatividad y la rítmica fueron los hechos que desembocaron en el nacimiento del rap (*Rhythm and poetry*).

La Real academia Española define el rap como: “el estilo musical de origen afroamericano en que, con un ritmo sincopado, la letra, de carácter provocador, es más recitada que cantada.” (Real Academia Española, 2014). Sin embargo, podemos ver como cambia la definición si la vemos reflejada desde dentro del mundo del rap, como bien dijo El Chojin en uno de sus libros: “la expresión musical más significativa del que es sin duda el movimiento cultural más importante del último cuarto del siglo XX: el hip hop” (Chojin y Reyes, 2010, p. 16).

Cuando empezó a establecerse a mediados de los 70s se creó una imagen de género musical vandálico, sin embargo, con el paso del tiempo consiguió su lugar en el mercado debido a la unión que generó de países, sin importar colores ni clases sociales. Sierra (2004), en su estudio, muestra la música como un instrumento para comprender la sociedad, ya que esta no es más que el reflejo de los valores y las realidades sociales de un colectivo en una determinada época.

Hormigos, a su vez, afirma que el discurso musical de una época está impregnado por los caracteres propios del pueblo que lo lleva a cabo, al tiempo que manifiesta que la música, representada tanto en el canto como en el baile o mediante los instrumentos, surge siempre de una manera natural a través de los sentimientos y el estado de ánimo (Hormigos, 2012).

Los años 90 los conocemos como la época dorada del hiphop. Una época de carácter reivindicativo frente a la segregación y el racismo, donde muchos artistas transmitían su punto de vista y su forma de “representar la calle” a través de sus canciones. Según Simmel:

Cada estilo musical es distinto también según su zona de procedencia, ya que la música avanzará según el nivel de desarrollo de la sociedad en la que se encuentra. Es decir, nos encontramos ante estilos de música que se han desarrollado a distintos niveles según la región geográfica en la que hayan nacido, debido en parte a la disposición de los instrumentos propios de cada lugar. (Simmel, 2003, p. 12).

Esto ha generado una constante evolución de lo estético de este género musical pero anclada a “lo real” de la cultura. Artistas como Dr. Dre, Ice Cube, 2Pac o Notorius Big se convirtieron en grandes referentes gracias a su música, adaptando sus canciones a las emisoras comerciales y desatando polémicas con el famoso beef entre las costas este y oeste. Conocemos como *gangsta rap* esta necesidad de respaldar letras con hechos, una de las vertientes más callejeras donde se tratan temas como la violencia, el rechazo, el narcotráfico o el proxenetismo.

En el caso de España, podemos destacar cantantes como Nach, Frank T o el Chojin, que frente al *Gangsta Rap* conocido en EEUU, decidieron adaptarlo a un género más propio que se denominó rap español. Un rap menos agresivo, más “poético” y donde sus letras transmiten un mensaje mucho más marcado y directo.

Algo que nos llama mucho la atención del género urbano es su capacidad de mutación, ya que aunque sus inicios fueron duros y muchos pensaron que sería algo pasajero, debido a la innovación y el trabajo constante de los artistas y las productoras se ha demostrado que este género puede dar mucho más de sí gracias a su rítmica, pudiendo adaptar este género a muchos otros como podría ser la salsa, por ejemplo.

Los 2000 fue una década agitada en todos los aspectos, desde lo político y económico como lo social y cultural, por tanto, la música también sufrió sus cambios. Como bien dijo Adorno: “La música de un país se convirtió en una ideología política, al acentuar características nacionales que aparecen como representativas de la nación y ratificar en todas partes el principio nacional [...]. Y, sin embargo, la música, más que ningún otro medio artístico, expresa también las antinomias del principio nacional”. (Adorno, 2014, p. 99). Se produjeron temas emblemáticos en todos los géneros musicales, sin embargo, el pop adquirió gran importancia en esta primera década.

Como artistas más reconocidos en estos años encontramos a Beyoncé y Britney Spears, las cuales ya venían trabajando desde años anteriores, o Katy Perry y Lady Gaga que fueron nuevas artistas que surgieron en estos años.

A principios de los 2000s la cultura del *reggaeton*, el rap y el *dembow* comenzaba a posicionarse en todas las carteleras en Estados Unidos con artistas como Nicky Jam, Daddy Yankee, Tego Calderón y Tempo, entre muchos otros. Durante la segunda década del milenio, el hip hop y el rap, junto al reggaeton se han interpuesto como el género musical más popular y lidera los rankings. La producción musical se fragmentó en letristas, cantantes, *MCs* y productores.

Desde el año 2005, la música urbana y más concretamente el reggaeton convive con otros géneros musicales como son el merengue y la bachata. Según Urdaneta (2007) la gran aceptación de esta música entre la juventud se debe al ritmo repetitivo, el uso de equipos electrónicos, el lenguaje coloquial, lleno de modismos populares y las letras apoyadas en las rimas, lo que constituyen características de fácil identificación y poca complejidad en el momento de entender el mensaje musical. En este sentido, Urdaneta concluye que la mayoría de los seguidores del reggaetón pertenecen al público juvenil, quienes se sienten identificados con las letras y practican el sensual baile denominado por los seguidores como el perreo.

3.2. La música urbana en España.

La música urbana en España ha sufrido diversos cambios de estilo además de coexistir diferentes modelos de consumo musical. Además cabe destacar también los grandes avances tecnológicos y el uso de Internet, ya que este es hoy en día el mayor medio de difusión, promoción, venta y consumo. Como dice David Sediles en uno de sus artículos: “La estrategia del trap patrio ha sido saquear despiadadamente todo lo que viniese de EEUU, pero con la diferencia de un nivel en las producciones infinitamente inferior. La principal diferencia estilística reseñable es que la escena española está bastante influida también por la música latina contemporánea.” (Sediles, D., 2017)

Durante los años 80 comenzaron a darse a conocer los primeros *MCs* y empezaron a producir rap en nuestro país, siendo en 1989 cuando se publica el primer disco de rap en España titulado “Madrid Hip Hop”. Con el paso de los años fueron surgiendo nuevos artistas como Kase O o SFDK, que trataban de fusionar el rap afroamericano del “West Coast” con nuevas y actuales ideas, para captar la atención de un público mucho más amplio.

El género urbano empezó a hacerse su pequeño hueco en la industria musical española a partir de los años 90, donde con pequeños logros como los del grupo “7 notas 7 colores” con su trabajo “Hecho es Simple” o Mala Rodríguez con su disco de oro “Lujo Ibérico”, se convirtieron en referentes de la época en la historia del hiphop español.

A partir de los 2000, podemos observar gran cantidad de cambios de estilo y nuevas corrientes. Grandes cantidades de artistas han subido a lo más alto y otros en cambio han sido olvidados. Con el paso de los años, definitivamente sobre el 2010, fue el año en que la música urbana como tal comenzó a entrar en las mentes de la sociedad debido al cambio que encontramos en el consumo musical y sobre todo en cómo internet se ha apoderado del negocio musical.

En el 2013 salió a la luz el género *trap*, como dice Nazareno Bravo en su estudio:

Este género destaca por sus letras repletas de referencias al consumismo, la ostentación de dinero y las riquezas en general, con presencia de marcas exclusivas o de ropa deportiva aparecen como parte de un vocabulario y una simbología compartida. [...] Esos ítems, coexisten con la reivindicación del grupo de amigos, el amor de madre, la vida en el barrio, la importancia de ser “real”, entre otros. (Bravo, N. 2018, p.12)

Como señala Snitcher (2018):

Al mismo ritmo que el Trap cruzaba el charco y empezaba hacerse un minúsculo hueco en España, el Rap español perdió alguno de sus complejos abriéndose al mestizaje musical con estilos como el Dancehall, RnB, Flamenco, Ritmos latinos, Reggaeton. Artistas que aprovecharon esta apertura y la llegada del Trap para crearse un propio hueco en la escena musical y su propia mezcla de estilos musicales, rápidamente se encasillaron como Traperos mientras que un análisis de sus obras lleva un resultado más distinguido. Artistas como C.Tangana, Rels B, Bejo, Dellafuente, Recycled J. o Bad Gyal son frecuentemente definidos como Traperos, aunque son claros ejemplo de que solo una minúscula parte de su obra puede definirse como Trap, mientras que la mayor parte corresponde a otros estilos musicales ya sean clasificables como Hip Hop o en absoluto. (Snitcher, 2018, p.32)

Este género musical fue rechazado en sus inicios, por considerarse una amenaza para el hip hop, distorsionando los valores, ideales y musicales del trap. En la actualidad se está normalizando este nuevo género musical, y como dice Snitcher:

Con el tiempo se está viendo una normalización de la relación con el Trap, entendiéndose que tiene potentes elementos que sin duda son utilizables para el hiphop Español. Dejando a un lado la actitud y

temáticas, el hiphop en España comienza a apropiarse de las potentes instrumentales, para una interpretación desde un punto de vista de Rap más clásico. Sin duda alguna una opción para ganar mayor riqueza y diversidad musical. (Snitcher, 2018 p.45)

3.3. Formas de representación: el álbum visual.

El álbum visual es todavía un aspecto poco desarrollado en el mundo de la música. A pesar de que muchos artistas han jugado con este formato para presentar sus canciones, no tiene unos límites bien definidos ni unas marcas enunciativas claras. Sin embargo, nos parece un gran formato para lanzar una serie de canciones ya que se diferencia del estándar actual a la hora de sacar un álbum. Se trata de un producto visual formado a partir de todas o parte de las canciones de un disco. Al igual que el videoclip, es un híbrido entre cine y video: como video musical promociona un álbum, y como mensaje audiovisual transporta influencias estéticas de numerosos formatos anteriores. (Sedeño-Valdellós, 2015)

Al ser un elemento cuyas normas no han sido establecidas, no podemos encajarlo en un formato o género determinado sin embargo Cara Harrison en su estudio *The visual album as a hybrid art-form* presenta tres premisas que sigue esta clase de formato:

En primer lugar, existe una relación directa entre el álbum visual y el sonoro. Esto no significa que el álbum visual esté limitado por las canciones del álbum de audio, solo que se materializa en una conexión entre dos productos, que a veces pueden haber sido creados diacrónica o sincrónicamente.

Una segunda premisa sería su transformación constante, como ha pasado con el formato videoclip desde su nacimiento. Existe una gran variedad de modos de vídeo, de formatos y de influencias del cine o incluso los videojuegos que inciden en el desarrollo y constante evolución de este formato.

Como tercera característica del álbum visual, la autora establece la división en dos posibles formatos. Por un lado, la elaboración de un vídeo por cada pista de audio del disco, y por otro la creación de una continuidad en relación directa con el álbum de audio. Siempre y cuando estén presentes fuertes relaciones textuales y visuales que permitan crear esa continuidad durante todo el álbum.

Con todo esto Harrison (2014) proporciona una definición de álbum visual como "un producto audiovisual en continua evolución que tiene una relación directa con la música de un álbum del mismo artista, y cuya duración es normalmente de entre 20 y 50 minutos. Además, debe tener mecanismos para dar unidad a los diferentes videos que lo componen, estos pueden ser motivos repetitivos (motivos temáticos, imágenes similares, localizaciones o personajes) y de tipo estructural, como rasgos audiovisuales recurrentes. (Sedeño-Valdellós, 2015)

Muchos artistas se han decantado por esta clase de formato, ya sea como estrategia de diferenciación o por interés en el medio audiovisual. Aunque si nos centramos en los más recientes destacan Beyoncé con *Lemonade*, un álbum muy empoderado con multitud de referencias culturales y sociales. Drake con una historia basada en las películas de bandas criminales y el narcotráfico o Kanye con una ficción que acompaña a sus temas más íntimos. Incluso el rapero puertorriqueño Bad Bunny en su último álbum lanzó un recorrido visual que acompaña y da sentido a cada una de las canciones y que encaja en el formato de álbum visual. En el panorama nacional destaca Mala Ruina, un poco más lejos del formato de álbum visual, pero que encaja en algunas marcas enunciativas que este suele presentar.

A continuación llevaremos a cabo el análisis los álbumes visuales más influyentes en el ámbito musical urbano, para así obtener unos signos de identidad propios de este formato que nos ayudarán en la construcción de nuestro álbum visual.

3.4. Análisis de los álbumes visuales más influyentes del género urbano.

3.4.1. Lemonade (2016) - Beyoncé. Dirigido por Beyoncé, Dikayl Rimmasch y Jonas Akerlund.

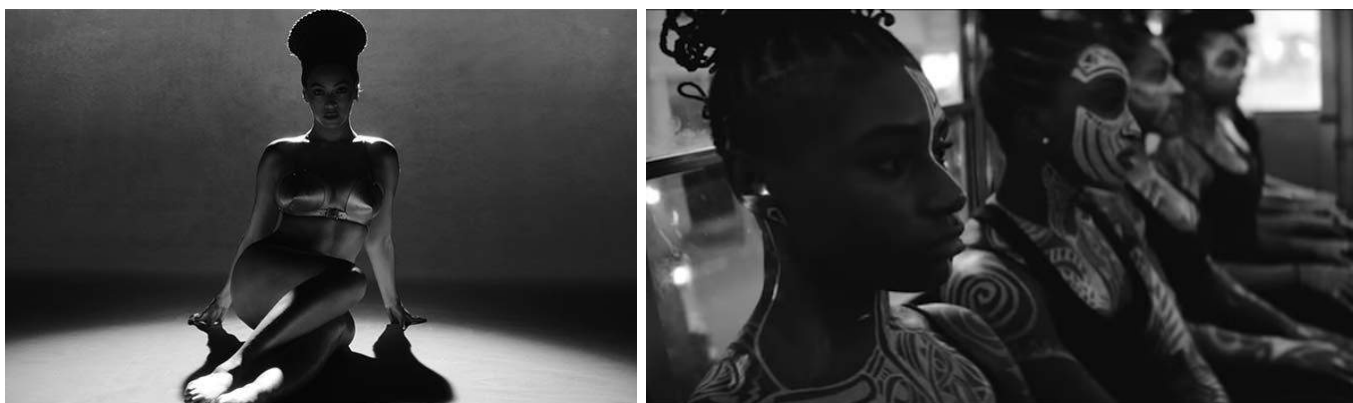
Uno de los álbumes visuales más mainstream y relevantes tanto en el panorama musical como en el cultural ha sido *Lemonade*, un proyecto de sesenta minutos de duración en el que la artista mundialmente conocida Beyoncé comparte doce canciones acompañadas de imágenes cuyo principal referente es la figura de la mujer y en concreto, su historia personal. Además, aúna temas como el amor y odio, el compromiso y alienación, el perdón y la venganza.

A lo largo del álbum vemos numerosos cambios de estilo musical, ya que la artista es capaz de amoldar su voz a multitud de estilos, acompañada en muchas ocasiones por armonías gospel y raps. Encontramos temas de *R'n'B* ("Love Drought"), *soul* y *rock* ("All night"), *funky* electrónico "Sorry", tocando el *country* en "Daddy's Lessons" y acercándose al *rock* afroamericano en "Don't Hurt Yourself".

Según el diario estadounidense The New York Times "el inicio del trabajo musical es violento y desgarrador, mientras que el final presenta una suerte de reconciliación de la artista consigo misma". Lo que demuestra que posible ir de un extremo a otro sin perder el hilo que conecta y da sentido a la unión entre los temas y las imágenes. En "Hold up" está llena de rabia, celos y venganza, y lo demuestra paseando por la calle con un bate y destrozando coches y mobiliario urbano.



Mientras que en “Sorry” se muestra el lado más íntimo de la artista, es como una confesión hacia sus seguidores.



Sus letras dan testimonio de situaciones y emociones que soportan innumerables mujeres, y lo vemos reflejado a su vez visualmente con imágenes de solidaridad femenina y de raíces familiares, sureñas y africanas, mujeres de todas las edades, roles y épocas. Además, aunque Beyoncé es la protagonista también la acompañan mujeres relevantes como la tenista Serena Williams, la artista Lisa Kainde-Díaz y la modelo Chantelle Winnie. (Pareles, 2016)



Los doce videoclips están unidos por breves pasajes compuestos de poesía, collages visuales y mezclas de sonido. Estos interludios se inclinan hacia la estética de vanguardia. Los poemas son de Warsan Shire una escritora de origen somalí cuya temática es similar a la de las letras de Beyoncé. En otra parte, cita un discurso del activista de la causa negra Malcolm X que señala la dificultad de ser una mujer negra en EE.UU.

Durante los pasajes entre canciones, la voz de Beyoncé es tan cercana que podríamos sentir que estamos escuchando a escondidas sus pensamientos. Esta interiorización hace referencia a la escucha y al silencio, que vemos también en "Pray You Can't Catch Me" ("reza, te atrapo susurrando, rezo para que me atrapes escuchando"). (Sorrento, 2016)

Hay una gran cantidad de elementos visuales que destacan en esta obra, por ejemplo el uso del blanco y negro en las introducciones y cierres de cada canción, o las etiquetas que recibe cada canción como si de un nuevo capítulo de la vida se tratara, lo cual también tiene un significado metafórico que le da unión al significado del álbum. Aparecen además muchos elementos de la naturaleza (agua, árboles, campo...) y urbanos, que hacen referencia a sus raíces tanto culturales como sociales.



Destacan en muchas ocasiones los insólitos movimientos de cámara, que realiza giros o muestra diferentes ángulos, lo que puede hacer referencia a la inestabilidad emocional, o querer causar en el espectador sensación de agobio o angustia.

Se hace uso también de distintos formatos de video, introduciendo fragmentos en VHS o grabaciones antiguas familiares como en “Daddy’s Lessons”. Para introducir *All night*, la artista habla de su abuela e incluye un video casero de esta diciendo "He tenido mis buenos y malos momentos, pero siempre encuentro la fuerza interior, para recuperarme. Me sirvieron limones, pero yo hice limonada" a lo que referencia el nombre del álbum.



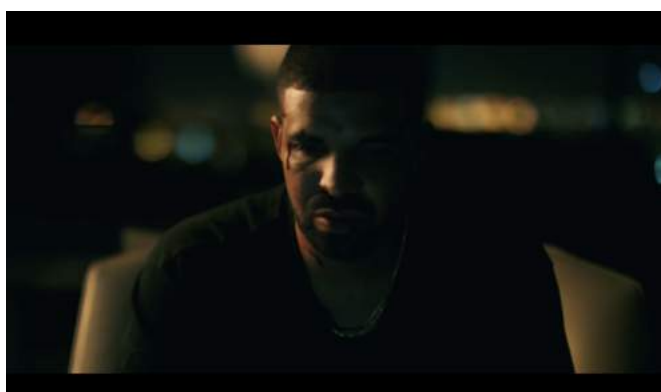
Y no solo el uso de rimas visuales, sino la temática centrada en el empoderamiento femenino, racial y económico también funciona como hilo conductor. Se percibe el disco como un todo, ya que las canciones están incompletas sin la imagen que les acompaña y que profundiza el impacto de estas. Este video musical de larga duración, le da a la artista la capacidad de establecer conexiones entre el dolor personal de la infidelidad y la terrible historia de racismo en Estados Unidos.

3.4.2. Please Forgive Me (2016) - Drake. Dirigido por Anthony Mandler.

Con Drake en el papel principal, “Please Forgive Me” es el cortometraje de 23 minutos que acompaña a siete de las canciones de su álbum *Views* con música original de Noah “40” Shebib. También está protagonizada por Popcaan, Fanny Neguesha, Soni Chidiebere y Kyla Reid y contiene referencias a películas como *Propuesta Indecente*, *The Bourne Identity* y *Venganza*.

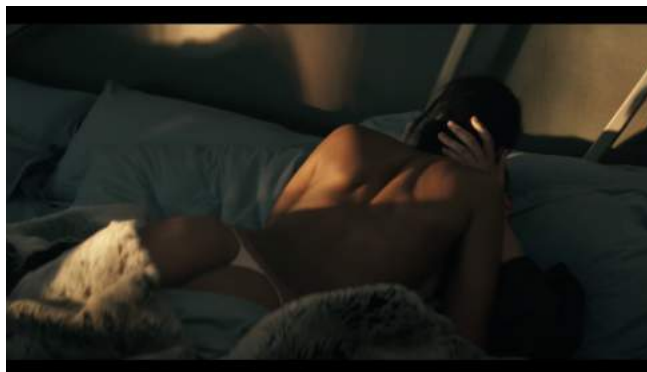
El concepto es similar a *Jungle*, el cortometraje que lanzó para su mixtape “If You're Reading This, It's Too Late” en 2015, pero esta vez cambia la mirada solitaria, por un *thriller* al estilo de *Venganza*¹.

La primera mitad de la película se basa en gran medida en el drama de 1993 *Propuesta Indecente*. Ofrecen un millón de dólares a su novia, interpretada por la modelo belga Fanny Neguesha, por pasar la noche con un millonario sombrío. Sin embargo, en lugar de cumplir con los parámetros del acuerdo, Drake, su chica y su asociado Popcaan eliminan el enlace en el punto de encuentro y se llevan el dinero. El rapero luego va a devolver el dinero al jefe de la banda criminal, y es entonces cuando se desata el infierno en el cortometraje, lo que lleva a una conclusión violenta y explosiva. (Rolling Stone, 2016)

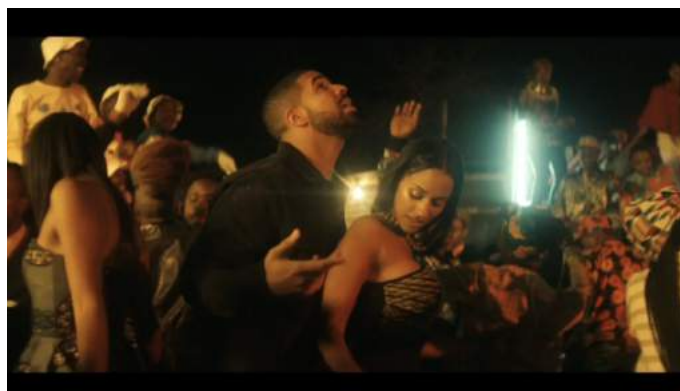


El rapero trota por el mundo imaginando ser una estrella de acción, y cuando juntamos todas las piezas apreciamos un hilo narrativo a lo largo de estas que se apoya principalmente en las propias canciones y sus letras. Y aunque intenta aparentar un corte más “ganster” o “serio”, siempre se encuentran referencias al amor y las mujeres, incluso hay temas que exclusivamente hacen alusión a una mujer o una relación amorosa, aunque es cierto que en las letras de estos artistas urbanos siempre se busca la forma de incluir el dinero o la fama que posee el artista y cómo esto influye en su relación con las mujeres.

¹ *Venganza (Taken)*: Thriller de acción protagonizado por Liam Neeson y dirigido por Pierre Morel.



Los componentes visuales consiguen darle un significado global al álbum, con una ambientación marginal y callejera que persiste durante todo el corto, junto con el recurrente uso de los tonos oscuros y metalizados y del humo. Destaca la falta de tonalidades claras y colores vibrantes, ni siquiera en el clip que corresponde a *One Dance*, la cual recuerda mucho al *DanceHall* Jamaicano, un país lleno de vida y color, podemos encontrar imágenes coloridas.



Dentro de *Please Forgive Me*, dos canciones de *Views* se exhiben como videos musicales en la película: su gran *One Dance* tiene lugar en una ardiente fiesta de baile en Johannesburgo, mientras que *Controlla* presenta a Neguesha bailando sola en los desiertos de Namibia. (Rolling Stone, 2016)



Aunque los temas que componen *Please Forgive Me* son de una temática variada, los elementos que configuran la acción conectan con los motivos visuales y la letra de las canciones a lo largo de este álbum, que encuentra su inspiración en las clásicas películas de acción.

3.4.3. Runaway: My Beautiful Dark Twisted Fantasy (2011) - Kanye West. Dirigido por Hype Williams, Jonathan Lia y Vanessa Beecroft.

My Beautiful Dark Twisted Fantasy (MBDTF), el quinto álbum de estudio de Kanye y fue lanzado al público acompañado de un corto de 30 minutos que engloba nueve temas. En él cuenta la historia de una mitad mujer mitad fénix interpretada por Selita Ebanks, que se estrella en la Tierra en forma de meteorito, directamente frente al deportivo de West. Este la lleva a su apartamento e intenta que se adapte al mundo, lo que es imposible y finalmente provoca su marcha.

Mediante esta historia West expresa muchas de sus continuas luchas contra la cultura consumista por lo que MBDTF fue elogiado por la crítica, certificado platino, y obtuvo el Grammy al mejor álbum de rap en 2012. Según Selita Ebanks, la moraleja es que "el mundo no acepta lo que es diferente, en lugar de tratar de entenderlo, tratan de cambiarlo".

La amplitud de la variada instrumentación del álbum, refleja una ambición musical particular que se expresa mediante letras que manifiestan su compromiso con el Hip

Hop, además de la profundidad de sus luchas internas y espirituales. (Beaumont, 2015)

"Runaway", la novena canción de la colección de Kanye y sobre la cual orbita el álbum visual, es una canción espiritual acerca de la intimidad heterosexual negra contemporánea. La canción se abre con un sencillo Mi Agudo solitario tocado en el piano, que recuerda un poco a los primeros compases de LL Cool "I Need Love" , y que crea un vacío que lanza la frase "Look at You" un *sample* ² de una presentación en vivo de "Mary Jane" de Rick James, pero en lugar de seguir los versos suaves sobre el amor de Cool J, Kanye abduce al oyente con barras cantadas descaradamente. Ese sonido diegético de piano se transforma en una base sonora extradiegética que acompaña los versos del artista.

Lo mismo ocurre en la introducción a "Power", la canción comienza silenciosamente con cantos urbanos desconcertantes, extraídos creativamente de la canción "Afromerica" por Continent Number 6.



Kanye parece estar listo para escapar de su propia cobardía y aceptar a una mujer que le lleve por el buen camino, pero en cambio él canta un coro irónico: "Babe, I've got a plan/ Let's run as fast as you can", Kanye se mantiene firme, y prefiere echar a esa mujer de su vida incluso cuando es consciente que se está comportando de una manera terrible lo que nos evoca a artistas contemporáneos como Drake "Keep in touch with other women / 'Cause you make me nervous / I empower girls that don't deserve it / I don't mean to do that shit on purpose" o en el panorama nacional

² Fragmento de una canción extraído de la misma y reutilizado en otro contexto musical.

C.Tangana: “Nunca lo hago bien con los demás / Escapo pa'lante y le meto gas”, en otras palabras, él sabe que está huyendo de la intimidad, y en lugar de comportarse de manera diferente, alienta a su espectadores a unirse a él.

En MBDTF, Kanye se sincera ¿Su confesión? arrogancia, culpa y pena amplificada por su sumisión a la vida de una superestrella, lamentablemente los espectadores según el propio Kanye no supieron apreciar las características artísticas de la obra ni la potente carga visual de la misma.

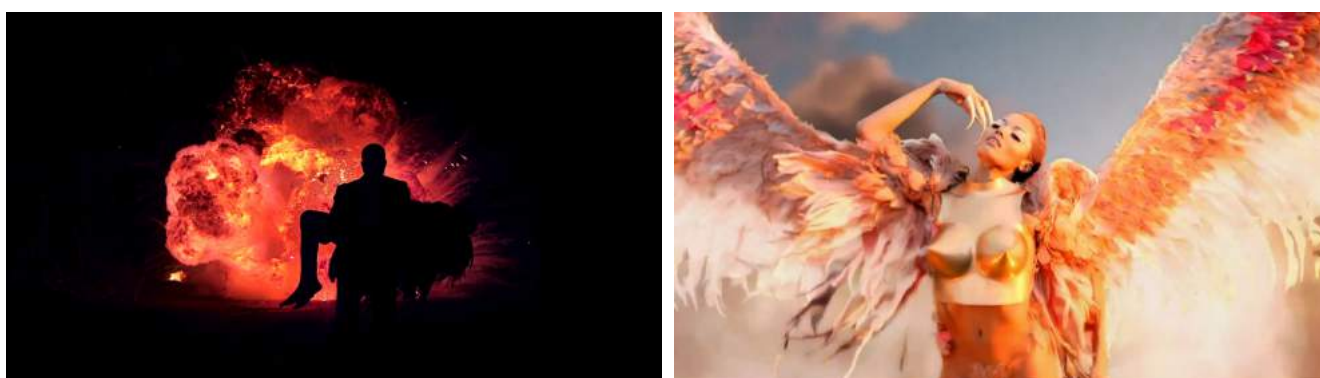
En cuanto a los componentes visuales de este cortometraje, se crea una armonía de conjunto en la que las imágenes dan forma a la música y viceversa. Hay un claro hilo conductor narrativo en el que destacan también motivos visuales, como la paleta de colores o el vestuario de los protagonistas que se mantiene durante toda la pieza buscando la unidad visual.



Las bailarinas y sus trajes negros que contrastan con su traje blanco transmiten al espectador el sentimiento de soledad y miedo que siente el protagonista, la coreografía de ballet clásico alrededor de Kanye alimenta el ego desproporcionado del artista mientras que lo que sucede más allá es una magnificación de su estilo de vida y de sus excesos.

Como recurso para unir los distintos temas Kanye hace uso en ocasiones de una narradora, que posteriormente se convierte en una presentadora de televisión, sin embargo la unión se produce asiduamente por breves diálogos que preceden a largos silencios acompañados de acciones muy significativas, y a partir de estos se inicia la canción posterior.

Los planos recuerdan a una película de fantasía, son abiertos y lentos, muchos de ellos generales, y todos espectaculares. Además hace uso de efectos especiales: fuego, explosiones, fuegos artificiales, humo, etc.

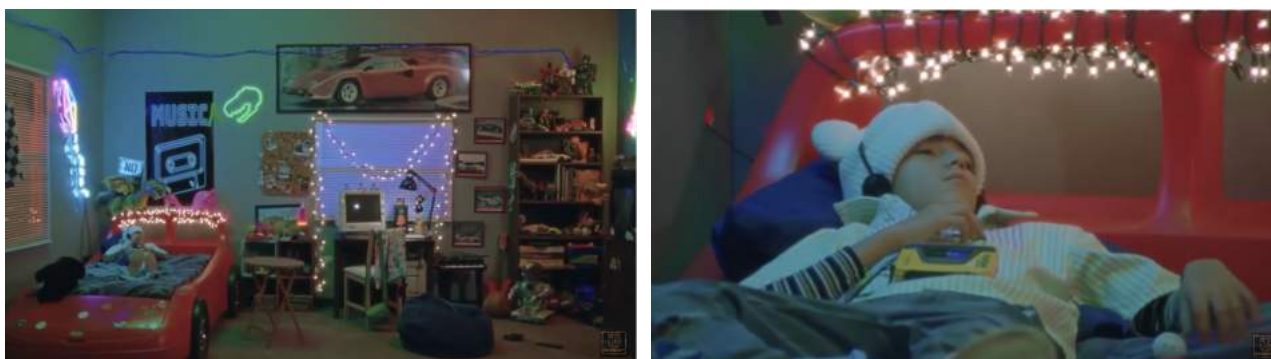


West describe el video como una representación general de sus sueños y un paralelo a su carrera musical. Para ello se inspira en “Purple Rain” de Prince, “Thriller” de Michael Jackson, Fellini, Kubrick y el diseñador Karl Lagerfeld, con el fin de crear una pieza llena de fuego y espectáculo. (Beaumont, 2015)

3.4.4. Yo Hago Lo Que Me Da La Gana (2020) - Bad Bunny

El reciente álbum visual YHLQMDLG de Bad Bunny consta de 20 canciones y una duración total de 65 minutos. Tiene una estética ambientada en el año 2000, cuando Bad Bunny todavía era un niño, por lo que el protagonista es como él a los 10 años. En este caso la continuidad no está establecida por la narración de los acontecimientos, sino por el lugar y la presencia del protagonista.

Al inicio del álbum en “Si Veo a Tu Mama” vemos un hombre subido a un taburete a punto de ahorcarse mientras todos alrededor celebran la llegada del año 2000, en ese momento un niño se le acerca y le dice “¿Tu sabes lo que yo hago cuando estoy triste? Escucho Bad Bunny”. Esta es la introducción a la historia, en la que ese niño se pasa las horas en su cuarto con su *walkman* escuchando al artista, porque se siente triste al ver que sus padres discuten y nadie le hace caso. Parte de las canciones que vienen a continuación se escuchan mientras el pequeño pasa el rato en su habitación, se trata de planos generales que mediante un lento *zoom in* se convierten en primeros planos.



Las canciones que no siguen esta pauta, están acompañadas de imágenes diegéticas del artista, pero el montaje de estas difiere.

Por un lado hay temas que tienen un videoclip aparte y que se introducen en la trama mediante breves cameos del pequeño al inicio y final. Suelen tratarse de colaboraciones con otros artistas como “Bichiyal”, “Ignorantes” o “Yo Perreo Sola”.

En esta última, por ejemplo, es el niño quien a través de la pantalla de su televisor inicia la reproducción del video musical. Aunque este no guarda relación con la estética retro, al ser un producto que el propio niño está viendo, no se pierde el hilo conductor del álbum visual.



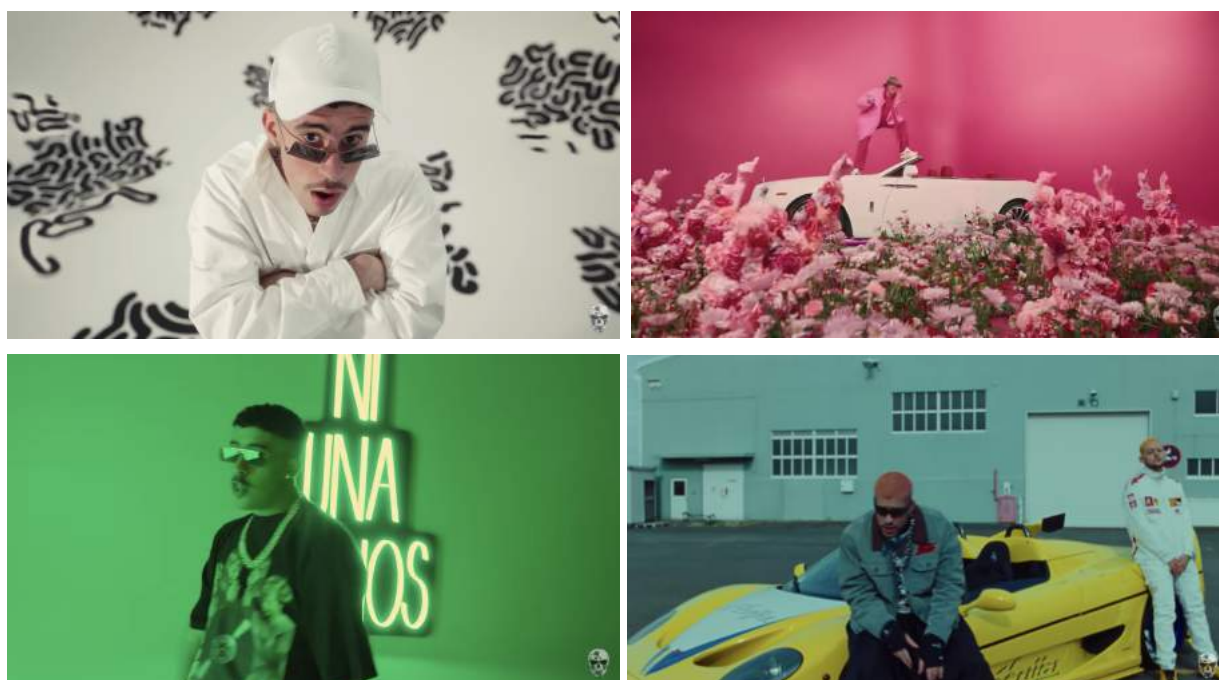
Por otro lado vemos otros temas que acompañan imágenes protagonizadas por el pequeño, aunque esta vez fuera de su habitación. Aparece en estas el artista haciendo de extra y adoptando diferentes personalidades como en “Si Veo a Tu Mama” donde hace de trabajador en un cine y es quien rompe la entrada del niño, en “Pero ya no” canta en un karaoke siendo uno más de los que celebran el año nuevo, mientras que en “Hablamos Mañana” el pequeño Bad Bunny hace trastadas con sus amigos mientras se superponen imágenes grabadas por una GoPro de este en la actualidad cantando junto a Duki y Pablo Chill-E.

En este último se repite el recurso de traspasar la pantalla y los artistas se convierten en personajes del Grand Theft Auto, videojuego al que juegan los niños.



En cuanto a las características visuales, el álbum sigue una línea retro con luces de neón y colores fluorescentes. La habitación del niño está decorada con muchos elementos del mundo de gamer y cultura geek³, como una Nintendo 64, figuras de acción de Mr. T y un campeón de Marios Bros, etc. Hay marcadas referencias a los cassettes, a las cintas VHS y a las videoconsolas de los noventa.

El álbum sigue una estética muy urbana, la vida del niño protagonista es austera, y vive en una casa sencilla, lo que difiere de las típicas mansiones propias de los videoclips de reggaeton. Sin embargo en los videos musicales sí que se cumplen numerosos clásicos de este estilo efectuando diversos cambios de vestuario y entorno, y muestras de coches deportivos de alta gama.



Otro elemento muy recurrente en esta clase de videoclips es el de poner a un grupo de mujeres semidesnudas bailando alrededor del artista. Bad Bunny juega con este recurso en “La Difícil” dando una historia de fondo a las mujeres que generalmente se usan como escenarios unidimensionales en casi todos los videos urbanos, en este caso, una madre soltera que está haciendo lo mejor para su hija.

³ Se utiliza el término *geek* para designar a las personas apasionadas por la tecnología y la informática y que poseen gran conocimiento en este ámbito.

El artista ha utilizado el medio para darle la vuelta al guión que sigue la música urbana ofreciendo visibilidad y oponiéndose firmemente a la misoginia y la homofobia con el fin llevar la política progresista a la corriente dominante latina. En “Yo Perreo Sola”, por ejemplo sigue un discurso feminista y vestido de mujer lanza mensajes como “ni una menos” o “si no quiere bailar contigo, respeta, ella perrea sola”. (Ruiz, 2020)

Respecto al apartado musical, desde sus inicios Bad Bunny ha sido un artista al cual le gusta mucho combinar melodías electrónicas con ritmos orgánicos, YHLQMDLG no es un álbum de reggaeton, ni quiere serlo, de hecho el primer *track*⁴ es más cercano al *trap* debido a sus ritmos y arpegios, no es hasta el cuarto tema “La Santa” con Daddy Yankee que encontramos trazos de *reggaeton*, pero estos están solo en las baterías ya que la melodía que acompaña durante todo el *track* es muy analógica propia de temas de los años 80, aun así la mezcla de ambas da como resultado un sonido muy novedoso que junta electrónico y orgánico a la perfección.

Por otro lado encontramos temas como “Bichiyial” o “Yo perreo sola” en los cuales la rítmica y los sonidos son *reggaeton* “clásico” pero aún así Bad Bunny consigue aportar novedad a estos con el apartado vocal, lleno de armonías y dobles voces, estos dos temas dan paso al *track* “Solía”, el cual es una mezcla entre el *reggaeton* de los años 2000 y el estilo de Daft Punk⁵, se aprecian todo tipo de melodías analógicas combinadas con *pads* muy armónicos que combinan perfectamente entre sí.

En el estribillo podemos escuchar un sintetizador que recuerda a una flauta de pan pero es totalmente analógico, el punto fuerte de este tema es el uso del *vocoder*⁶, herramienta clave y presente en todos los temas de Daft Punk, lo cual ha sido algo inédito puesto que ningún artista de *reggaeton* había utilizado esto antes. La mezcla entre la voz de Bad Bunny y las armonías electrónicas que proporciona un

⁴ Una de las canciones o piezas de música pertenecientes a un álbum.

⁵ Daft Punk es un dúo de música electrónica de origen francés.

⁶ Instrumento musical que analiza y sintetiza la voz humana conforme a unas notas musicales previamente seleccionadas añadiendo armonías y una cualidad robótica a esta.

instrumento como el *vocoder* convierten un tema de *reggaeton* convencional en algo totalmente novedoso y mágico.

Después encontramos “Safaera”, un tema cargado de *samples* y referencias, durante un cambio de ritmo que comienza en el tercer verso, el colaborador frecuente de Bad Bunny, Tainy usa *samples* del tema "Get Ur Freak On" de Missy E, producido por Timbaland, que está fuertemente influenciado por la música *bhangra* originaria de la región de Punjab de India. Sin embargo, Bad Bunny buscó más estilos que solo los originarios de la década de 2000 para inspirarse en este tema. Como señala Pitchfork (2020), la canción también muestra la línea de bajo de "Could You Be Loved" de Bob Marley, el gancho de "Pa 'La Pared" de Cosculluela, el *sample* de Jaws de "El Tiburón" de “Tócate Tu Misma” (Remix), entre otras canciones.

Para poner el broche final al álbum nos encontramos con “Hablamos Mañana”, un tema de *trap* al uso pero en el que aparece una parte de *rock & roll* en la última estrofa, la cual surge de la nada y le añade una fuerza increíble a la voz de Bad Bunny y rompe todos los estereotipos relacionados con el *reggaeton* que el artista ha tratado en los anteriores temas del disco.

3.4.5. Mala Ruina (2018) - Criando Ratas ft. Yung Beef dirigido por Carlos Salado.

Mala ruina no está etiquetado como álbum visual sino como un *spin off* de Criando Ratas⁷ que forma parte del cine quinquí. Sin embargo lo analizaremos porque se acerca bastante a la temática y el estilo musical de nuestro proyecto, además de que forma parte del panorama musical y cultural español.

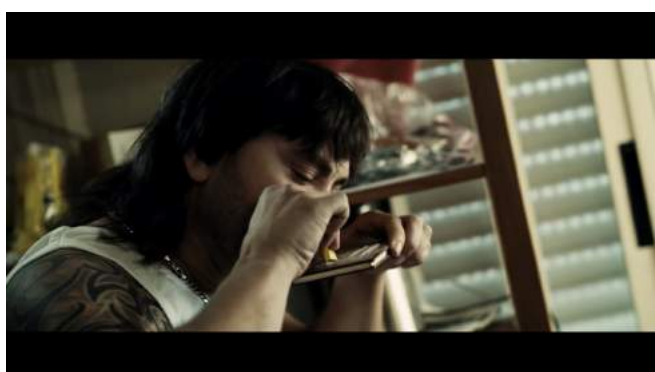
El cortometraje, de 15 minutos de duración, se presentada como una oda a las segundas oportunidades. Está dirigido por Carlos Salado, protagonizado por el actor Ramón Guerrero (como El Cristo) y cuenta con la presencia del artista Yung Beef

⁷ Criando Ratas es un largometraje neo quinquí español dirigido por Carlos Salado, que narra las aventuras y desventuras de delincuentes de barrio bajo en España.

como personaje secundario. Mala ruina gira alrededor de la canción “Lil Romeo” de Yung Beef, un tema dedicado a su hijo, Romeo, en el que le advierte honestamente acerca del mundo de la calle y el futuro que le espera.

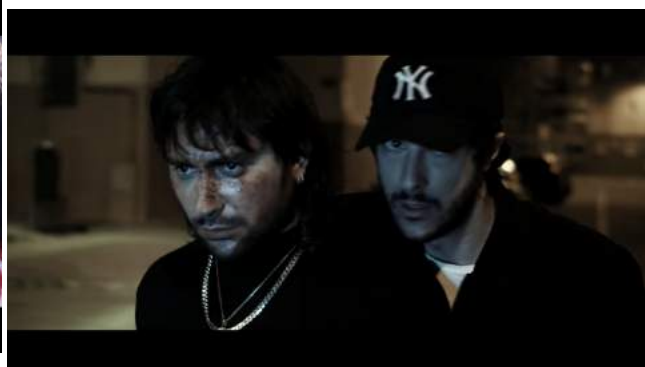
La canción original está orquestada sobre una instrumental compuesta por una armonía menor sobre un piano con unas baterías clásicas del *trap*, *hi-hat rolls*, *snare*s en el tercer tiempo del compás y un bajo 808 pegado al bombo, sin embargo Salado solo ha mantenido la escala y la voz de Yung Beef para el cortometraje, en Mala Ruina la voz de Yung Beef fluye sobre sonidos más orquestales como cuerdas frotadas y muchos instrumentos de viento, sin embargo hay ciertos momentos, en los que el apartado visual puede parecerse más a un videoclip que a un corto en los que las baterías del tema original se pueden escuchar de fondo, Salado opta por terminar la parte musical con unos violines in crescendo mientras solo suena la voz de Yung Beef dándole un toque apoteósico y cinematográfico.

Mala Ruina sigue una estética ya vista en las películas de género quinquí, aunque los planos, ángulos e iluminación parecen más trabajados. Destaca la marginalidad de las localizaciones, la jerga utilizada propia de los barrios marginales y el ambiente delictivo y las numerosas referencias a la delincuencia y a las drogas, propias de este género, como dice Beef “Papi, somos delincuente’, no hablamos’ con policía. Fumamos marihuana y vendemos cocaína”.



“Es una problemática social a la que me gusta dar voz, mostrándola de manera verídica y realista. Como cineasta me gusta que el espectador reflexione, busque soluciones o se haga preguntas al acabar”. Para conseguir su propósito, Salado

hace uso del contraste de imágenes iluminadas que muestran un momento feliz con otras sombrías de escenas problemáticas y violentas.



También una escena de sexo previa a una paliza, es prueba de la violencia que esta clase de vida trae. En escenas como la de la pelea o la de la discoteca Salado juega con los ángulos, movimientos y giros de cámara rápidos que utiliza para transmitir la tensión del momento al espectador, lo que consigue al unirlo a una iluminación pobre en tonos rojos y azules, y a un sonido de jaleo y estridencia propio del de las discotecas junto con los efectos de las drogas.



La enseñanza moral que tanto la película como la canción proponen se basa en valores como la lealtad, el respeto, la palabra o el amor a una madre. Con versos como:

Hijo, yo soy de la calle, tú también lo será'
Voy a enseñarte que el dinero no compra felicidad
Voy a enseñarte a ser un hombre, llevar una vida digna
Voy a enseñarte la palabra pesa más que la firma

3.5. Conclusiones

El género urbano tal y como lo conocemos hoy en día, ha pasado por muchas etapas. Desde sus inicios, se ha considerado como un género de música vandálico, sin embargo ha tratado de posicionarse y adquirir una mejor imagen. Nos hemos dado cuenta de la gran cantidad de interpretaciones que van ligadas a este tipo de música, donde se muestra un carácter reivindicativo como forma de “representar la calle” y una necesidad de respaldar las letras de las canciones con hechos.

Por otra parte hemos podido apreciar la capacidad evolutiva del género urbano, ya que los artistas del género están trabajando e innovando constantemente para ofrecer un contenido de calidad que atraiga al público. Como hemos podido observar, los 2000 fue una década agitada desde el punto de vista político, social y cultural, y por tanto la música también se vio afectada. Esto supuso grandes cambios y el surgimiento de nuevos artistas que aportaron gran cantidad de temas al panorama musical con los que buscaban mostrar todo lo que estaba ocurriendo. Fue entonces cuando se generó la cultura del *reggaeton*, el rap y el *dembow*.

En España este género también sufrió muchos cambios y empezó a hacerse su pequeño hueco en la industria musical a partir de los años 90. Los nuevos artistas como Kase O o SFDK trataban de fusionar el rap afroamericano del “*West Coast*” con nuevas y actuales ideas para de esta forma captar la atención de un público mucho más amplio. Finalmente, tras generar nuevas corrientes, estilos y formas de interpretación de este tipo de música, a partir de 2010 podemos considerar que la música urbana en España penetró en las mentes de la sociedad consiguiendo alcanzar un puesto muy alto en la industria musical, como podemos ver en la actualidad.

Actualmente los medios digitales y audiovisuales tienen una gran influencia en la industria musical, estos tienen el poder de crear nuevos formatos, herramientas de difusión y aumentar las posibilidades promocionales de los artistas. Por eso hemos decidido crear un álbum visual, un formato innovador capaz de adaptarse a esta corriente. Al tratarse de un elemento poco desarrollado no existen unos criterios claros que lo caracterizan y definen, por lo que el análisis realizado de los álbumes

visuales más influyentes del género urbano nos han ayudado a destacar ciertos signos de identidad que se presentan en todo álbum visual, y que tendremos en cuenta a la hora de crear nuestro proyecto.

Se trata de un formato que busca difuminar los límites entre la música y el cine y cuya duración varía entre los 20 y 50 minutos. Sigue un marco narrativo caracterizado por motivos visuales que conectan a lo largo de toda la pieza y que sirven como mecanismos para dar unidad. Además es necesario un un hilo conductor que suele ser el propio cantante que interpreta al personaje principal.

Partiendo de estos rasgos y teniendo en cuenta la contextualización en el panorama musical urbano de estos últimos años, hemos obtenido la información necesaria que nos ayudará a definir y desarrollar nuestro proyecto.

3. Theoretical framework

Our project consists of the elaboration of a visual album containing the five Zé Carda songs produced by Wave Beats, and for this we must know both the artist's musical genre and the format we develop as a producer.

Nestor Cabedo, whose stage name is Zé Carda, finds in urban music a great opportunity to express himself and apply his musical and artistic knowledge. His songs have a notable influence on the current scene, both American and Latin and Spanish, and were born in order to make a place for themselves in this industry.

Through music he tries to represent his current position and status by denouncing the legitimization of everyday aspects through social criticism, through rhythms of rap and trap, a theme that also focuses on the night industry making disco-pop songs and reggaeton.

Regarding the chosen format, we have opted for the visual album and we already believe in the connection between music and audiovisuals, and we want to express it creatively and original using a rare format, but where we feel comfortable combining our capabilities.

To put this project in context, we will carry out an investigation of the urban music scene from 2000 to 2020, finally highlighting the genre in Spain. Later we will expose the characteristics of the visual album, a little-known format and we will analyze the most influential visual albums of the urban genre to extract illustrative marks and aspects that can help us in the realization of our project.

3.1. Urban music as a musical genre and cultural expression: its consolidation from the 2000s.

As we know the urban genre today, it presents different interpretations and derivations within the musical genre itself. Trap, hiphop, reggaeton and rap are some of the genres that, together with great performers, have managed to overcome barriers and reach the top of the musical ladder worldwide.

At the beginning of the 70s a musical explosion was generated, where great musical myths emerged that to this day continue to be references of urban music. A social manifesto, along with creativity and rhythm were the events that led to the birth of rap (Rhythm and poetry).

The Royal Spanish Academy (RAE) defines rap as: "the musical style of African-American origin in which, with a syncopated rhythm, the lyrics, of a provocative nature, are more recited than sung." (RAE, 2014). However, we can see how the definition changes if we see it reflected from within the world of rap, as El Chojin said in one of his books: "the most significant musical expression of what is undoubtedly the most important cultural movement of the last quarter of the 20th century: hip hop" (Chojin and Reyes, 2010, p. 16).

When it began to establish itself in the mid-70s, an image of vandal music genre was created, however, with the passage of time it achieved its place in the market due to the union it generated of countries, regardless of colors or social classes. Sierra (2004), in his study, shows music as an instrument to understand society, since it is nothing more than the reflection of the values and social realities of a group at a certain time.

Simmel, in turn, affirms that the musical discourse of a time is impregnated by the characteristics of the people who carry it out, at the same time that he states that music, represented both in song and dance or through instruments, It always arises in a natural way through feelings and mood (Hormigos, 2012).

We know the 90s as the golden age of hiphop. A time of vindictive character against segregation and racism, where many artists transmitted their point of view and their way of "representing the street" through their songs. According to Simmel: "Each musical style is also different according to its area of origin, since the music will

advance according to the level of development of the society in which it is located. In other words, we are faced with styles of music that have developed at different levels depending on the geographical region in which they were born, due in part to the disposition of the instruments of each place. " (Simmel, 2003, p. 12).

This has generated a constant evolution of the aesthetics of this musical genre but anchored to the "real" of culture. Artists such as Dr. Dre, Ice Cube, 2Pac or Notorius Big became great references thanks to their music, adapting their songs to commercial stations and sparking controversy with the famous beef between the east and west coasts. We know as gangsta rap this need to back up lyrics with facts, one of the most stray strands where topics such as violence, rejection, drug trafficking or pimping are discussed.

In the case of Spain, we can highlight singers such as Nach, Frank T or Chojin, who, compared to the Gangsta Rap known in the US, decided to adapt it to a more specific genre that was called Spanish rap. A less aggressive rap, more "poetic" and where its lyrics convey a much more marked and direct message.

Something that is very significant about the urban genre is its capacity to mutate, since although its beginnings were hard and many thought it would be temporary, due to the innovation and constant work of artists and producers, it has been shown that this genre can give much more of itself thanks to its rhythm, being able to adapt this genre to many others such as salsa, for example.

The 2000s was a hectic decade in all aspects, from the political and economic to the social and cultural, therefore, music also underwent its changes. As Adorno said: "The music of a country became a political ideology, by accentuating national characteristics that appear as representative of the nation and ratifying everywhere the national principle [...]. And yet, music, more than any other artistic medium, also expresses the antinomies of the national principle ". (Adorno, 2014, p. 99). Iconic themes were produced in all musical genres, however, pop acquired great importance in this first decade.

As the most recognized artists in these years we find Beyoncé and Britney Spears, who had been working from previous years, or Katy Perry and Lady Gaga who were new artists that emerged in these years.

In the early 2000s the culture of reggaeton, rap and dembow began to position itself on all billboards in the United States with artists such as Nicky Jam, Daddy Yankee, Tego Calderón and Tempo, among many others. During the second decade of the millennium, hip hop and rap, along with reggaeton, have become the most popular musical genre and lead the rankings. The musical production was fragmented into lyricists, singers, MCs and producers.

Since 2005, urban music and more specifically reggaeton coexists with other musical genres such as merengue and bachata. According to Urdaneta (2007) the great acceptance of this music among youth is due to the repetitive rhythm, the use of electronic equipment, the colloquial language, full of popular idioms and the lyrics supported by rhymes, which are characteristics of easy identification and little complexity when understanding the musical message. In this sense, Urdaneta concludes that the majority of reggaetón followers are young, who feel identified with the lyrics and practice the sensual dance called by the followers as perreo.

3.2. Urban music in Spain.

Urban music in Spain has undergone various style changes in addition to different models of musical consumption coexisting. In addition, it is also worth noting the great technological advances and the use of the Internet, since this is today the greatest means of dissemination, promotion, sale and consumption. As David Sediles says in one of his articles: "The strategy of the national trap has been to ruthlessly plunder everything that came from the USA, but with the difference of an infinitely lower level in the productions. The main notable stylistic difference is that

the Spanish scene is also quite influenced by contemporary Latin music. " (Sediles, D., 2017)

During the 80s the first MCs began to be known and they began to produce rap in our country, being in 1989 when the first rap album in Spain titled "Madrid Hip Hop" was published. Over the years, new artists such as Kase O or SFDK emerged, trying to merge African American rap from the "West Coast" with new and current ideas, to capture the attention of a much wider audience.

The urban genre began to make its own little place in the Spanish music industry from the 90s, where with small achievements such as the group "7 notas 7 colores" with their work "Hecho es simple" or Mala Rodriguez with his gold album "Lujo Ibérico", became references of the time in the history of Spanish hiphop.

From the 2000s the music scene turned around and different currents and styles were generated. We have seen how many artists have risen to the top and others have been forgotten instead. Over the years, definitely over 2010, it was the year that urban music as such began to enter the minds of society due to the change we find in music consumption and especially in how the internet has taken over the music business.

In 2013 the trap genre came to light, as Nazareno Bravo says in his study: "This genre stands out for its lyrics full of references to consumerism, the ostentation of money and wealth in general, with the presence of exclusive or clothing brands. sports appear as part of a shared vocabulary and symbology. [...] These items coexist with the vindication of the group of friends, the love of mother, life in the neighborhood, the importance of being "real", among others ". (Bravo, N. 2018)

As Snitcher (2018) points out:

At the same rate as Trap crossed the pond and began to make a tiny hole in Spain, Spanish Rap lost some of its complexes, opening up to musical miscegenation with styles such as Dancehall, RnB, Flamenco, Latin rhythms, Reggaeton. Artists who took advantage of this opening and the arrival of Trap to create their own place in the

music scene and their own mix of musical styles, quickly became classed as Traperos while an analysis of their works leads to a more distinguished result. Artists such as C. Tangana, Rels B, Bejo, Dellafuente, Recycled J. or Bad Gyal are frequently defined as Traperos, although they are a clear example that only a tiny part of their work can be defined as Trap, while the majority corresponds to other musical styles either classifiable as Hip Hop or not at all. (Snitcher, 2018)

This musical genre was rejected in the beginning, as it was considered a threat to hip hop, distorting the trap's values, ideals and musicals. Currently, this new musical genre is being normalized, and as Snitcher says: “over time a normalization of the relationship with Trap is being seen, understanding that it has powerful elements that are undoubtedly usable for Spanish hip hop. Leaving aside the attitude and themes, the hip hop in Spain begins to appropriate the powerful instrumentals, for a performance from a more classical point of view of Rap. Without a doubt, an option to gain greater wealth and musical diversity.” (Snitcher, 2018)

3.3. Forms of representation: the visual album.

The visual album is still an underdeveloped aspect in the music world. Although many artists have played with this format to present their songs, it does not have well defined limits or clear enunciative marks. However, it seems to us a great format to launch a series of songs since it differs from the current standard when it comes to releasing an album. It is a visual product formed from all or part of the songs on an album. Like the video clip, it is a hybrid between film and video: as a music video it promotes an album, and as an audiovisual message it carries aesthetic influences from numerous previous formats. (Sedeño-Valdellós, 2015)

Being an element whose norms have not been established, we cannot fit it into a certain format or genre, however Cara Harrison in her study *The visual album as a hybrid art-form* presents three premises that this kind of format follows:

First of all, there is a direct relationship between the visual album and the sound album. This does not mean that the visual album is limited by the songs on the audio album, just that it materializes in a connection between two products, which can sometimes have been created diachronic or synchronously.

A second premise would be its constant transformation, as has happened with the video clip format since its birth. There is a great variety of video modes, formats and influences from cinema or even video games that influence the development and constant evolution of this format.

As the third characteristic of the visual album, the author establishes the division into two possible formats. On the one hand, the creation of a video for each audio track on the disc, and on the other, the creation of a continuity in direct relation to the audio album. As long as strong textual and visual relationships are present to create that continuity throughout the album.

With all this Harrison (2014) provides a definition of visual album as "an audiovisual product in continuous evolution that has a direct relationship with the music of an album by the same artist, and whose duration is normally between 20 and 50 minutes. Furthermore, It must have mechanisms to give unity to the different videos that compose it, these can be repetitive motifs (thematic motifs, similar images, locations or characters) and structural, such as recurring audiovisual features. (Sedeño-Valdellós, 2015)

Many artists have opted for this kind of format, either as a differentiation strategy or for interest in the audiovisual medium. Although if we focus on the most recent ones, Beyoncé with *Lemonade* stand out, a very empowered album with a multitude of cultural and social references. Drake with a story based on the films of criminal gangs and drug trafficking or Kanye with a fiction that accompanies his most intimate themes.

Even the Puerto Rican rapper Bad Bunny on his latest album released a visual tour that accompanies and gives meaning to each of the songs and that fits into the

visual album format. On the national scene, Mala Ruina stands out, a little further from the visual album format, but which fits in with some enunciative brands that it usually presents.

Next, we will carry out the analysis of the most influential visual albums in the urban musical field, in order to obtain some identity signs of this format that will help us in the construction of our visual album.

3.4. Analysis of the most influential visual albums of the urban genre.

3.4.1. Lemonade (2016) - Beyoncé. Directed by Beyoncé, Dikayl Rimmasch and Jonas Akerlund.

One of the most mainstream and relevant visual albums on both the musical and cultural scene has been Lemonade, a sixty-minute project in which the world-famous artist Beyoncé shares twelve songs accompanied by images whose main reference is the figure of the woman and specifically, her personal history. In addition, it combines themes such as love and hate, commitment and alienation, forgiveness and revenge.

Throughout the album we see numerous changes in musical style, since the artist is able to adapt her voice to a multitude of styles, accompanied on many occasions by gospel and raps harmonies. We find songs from R'n'B ("Love Drought"), soul and rock ("All night"), electronic funky "Sorry", playing country in "Daddy's Lessons" and getting closer to African American rock in "Don't Hurt Yourself".

According to the American newspaper The New York Times, "the beginning of the musical work is violent and heartbreaking, while the end presents a kind of reconciliation of the artist with herself." This shows that it is possible to go from one extreme to the other without losing the thread that connects and gives meaning to the union between themes and images. In "Hold up" she is full of rage, jealousy and revenge, and she shows it by walking down the street with a bat and destroying cars

and street furniture. While "Sorry" shows the most intimate side of the artist, it is like a confession to her followers.



Her lyrics bear witness to situations and emotions that countless women endure, and we see it reflected in turn with images of feminine solidarity and family roots, southern and African, women of all ages, roles and times. In addition, although Beyoncé is the protagonist, she is also accompanied by relevant women such as tennis player Serena Williams, artist Lisa Kainde-Díaz and model Chantelle Winnie. (Pareles, 2016)





The twelve video clips are linked by short passages made up of poetry, visual collages, and sound mixes. These interludes lean towards avant-garde aesthetics. The poems are by Warsan Shire, a writer of Somali origin whose theme is similar to that of Beyoncé's lyrics. Elsewhere, he cites a speech by black cause activist Malcolm X that points out the difficulty of being a black woman in the United States.

During passages between songs, Beyoncé's voice is so close that we might feel like we are eavesdropping on her thoughts. This internalization refers to listening and silence, which we also see in "Pray You Can't Catch Me" ("pray, I catch you whispering, I pray that you catch me listening"). (Sorrento, 2016)

There are a lot of visual elements that stand out in this work, for example the use of black and white in the introductions and closings of each song, or the labels that each song receives as if it were a new chapter in life, what which also has a metaphorical meaning that gives it union to the meaning of the album. There are also many elements of nature (water, trees, fields ...) and urban, which refer to its cultural and social roots.



On many occasions, the unusual camera movements stand out, which makes turns or shows different angles, which may refer to emotional instability, or want to cause the viewer to feel overwhelmed or anxious.

It also makes use of different video formats, introducing fragments in VHS or old familiar recordings such as "Daddy's Lessons". To introduce All night, the artist talks about her grandmother and includes a home video of her saying "I have had my good and bad moments, but I always find the inner strength to recover. They served me lemons, but I made lemonade" to which reference the album name.



And not only the use of visual rhymes, but the theme centered on female, racial and economic empowerment also works as a common thread. The album is perceived as a whole, since the songs are incomplete without the image that accompanies them and that deepens their impact. This long-running music video gives the artist the ability to make connections between the personal pain of infidelity and the terrible history of racism in the United States.

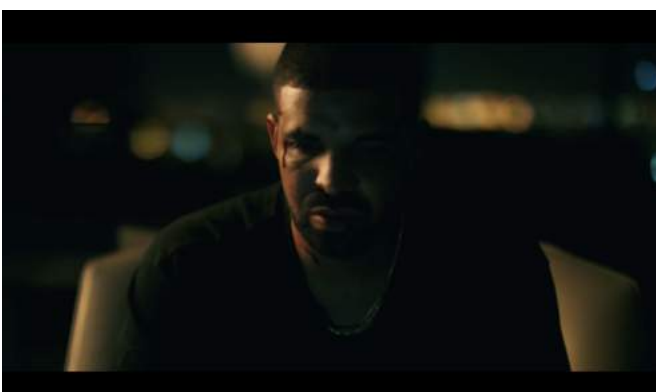
3.4.2. Please Forgive Me (2016) - Drake. Directed by Anthony Mandler.

With Drake in the lead role, "Please Forgive Me" is the 23-minute short film that accompanies seven of the songs from his Views album with original music by Noah "40" Shebib. It also stars Popcaan, Fanny Neguesha, Soni Chidiebere and Kyla Reid and contains references to films such as Indecent Proposal, The Bourne Identity and Revenge.

The concept is similar to Jungle, the short film he released for his mixtape "If You're Reading This, It's Too Late" in 2015, but this time he changes the lonely gaze for a revenge-style thriller.

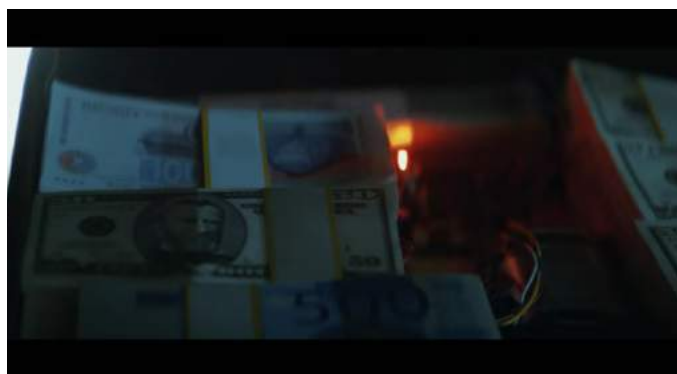
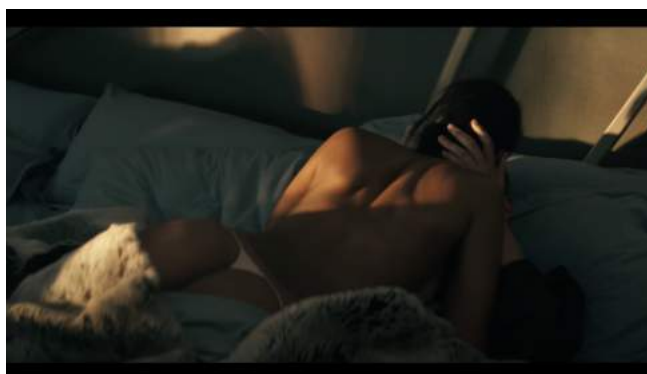
The first half of the film is largely based on the 1993 drama Indecent Proposal. They offer a million dollars to his girlfriend, played by the Belgian model Fanny Neguesha, for spending the night with a shadowy millionaire. However, instead of complying with the parameters of the agreement, Drake, his girl and his associate Popcaan delete the link at the meeting point and take the money.

The rapper will then return the money to the head of the criminal gang, and that's when hell breaks loose in the short film, leading to a violent and explosive conclusion. (Rolling Stone, 2016)

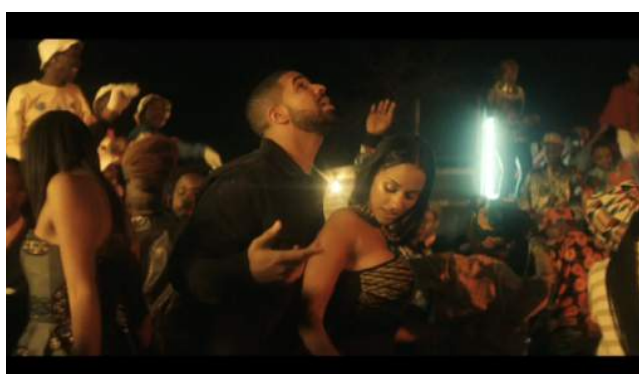


The rapper jogs around the world imagining himself to be an action star, and when we put all the pieces together we appreciate a narrative thread throughout these that leans mainly on the songs themselves and their lyrics. And although he tries to pretend a more "gangster" or "serious" cut, there are always references to love and

women, there are even themes that exclusively allude to a woman or a love relationship, although it is true that in the lyrics of these artists Urban people are always looking for ways to include the artist's money or fame and how this influences his relationship with women.



The visual components manage to give the album a global meaning, with a marginal and street setting that persists throughout the short film, along with the recurring use of dark and metallic tones and smoke. The lack of light shades and vibrant colors stands out, not even in the clip that corresponds to One Dance, which is very reminiscent of the Jamaican DanceHall, a country full of life and color, we can find colorful images.



Inside Please Forgive Me, two Views songs are showcased as music videos in the film: Her big One Dance takes place at a hot dance party in Johannesburg, while Controlla features Neguesha dancing alone in the deserts of Namibia. (Rolling Stone, 2016)



Although the themes that make up Please Forgive Me are of a varied theme, the elements that make up the action connect with the visual motifs and the lyrics of the songs throughout this album, which finds its inspiration in the classic action movies.

3.4.3. Runaway: My Beautiful Dark Twisted Fantasy (2011) - Kanye West. Directed by Hype Williams, Jonathan Lia and Vanessa Beecroft.

Kanye's fifth studio album My Beautiful Dark Twisted Fantasy (MBDTF) was released to the public accompanied by a 30-minute short that encompasses nine tracks. It tells the story of a half-female, half-phoenix played by Selita Ebanks, who crashes to Earth in the form of a meteorite, directly in front of West's sports car. This takes her to his apartment and tries to adapt to the world, which is impossible and eventually causes her to leave.

Through this story, West expresses many of his continuous struggles against consumer culture, for which MBDTF was praised by critics, certified platinum, and obtained the Grammy for the best rap album in 2012. According to Selita Ebanks, the moral is that "the world does not accept what is different, instead of trying to understand it, they try to change it. "

The breadth of the album's varied instrumentation reflects a particular musical ambition that is expressed through lyrics that express its commitment to Hip Hop, in addition to the depth of its internal and spiritual struggles. (Beaumont, 2015)

"Runaway", the ninth song in the Kanye collection and on which the visual album orbits, is a spiritual song about contemporary black heterosexual intimacy. The song opens with a single My Sharp Lone played on the piano, reminiscent of the first few bars of LL Cool "I Need Love", and which creates a void that launches the phrase "Look at You" a sample of a live performance of Rick James' "Mary Jane", but instead of following the soft lines about Cool J's love, Kanye abducts the listener with blatantly sung bars. That diegetic piano sound is transformed into an extradiegetic sound base that accompanies the artist's verses.

The same goes for the introduction to "Power," the song begins quietly with baffling urban chants, creatively drawn from the song "Afromerica" by Continent Number 6.



Kanye seems ready to escape his own cowardice and accept a woman to lead him on the right path, but instead he sings an ironic chorus: "Babe, I've got a plan / Let's run as fast as you can" , Kanye stands firm, and prefers to throw that woman out of his life even when he is aware that she is behaving in a terrible way which evokes us to contemporary artists like Drake "Keep in touch with other women / 'Cause you make me nervous / I empower girls that don't deserve it / I don't mean to do that shit on purpose "or in the national panorama C. Tangana:" Nunca lo hago bien con los demas /Escapo pa'lante y le meto gas" In other words, he knows he is running away from intimacy, and instead of behaving differently, he encourages his viewers to join him.

At MBDTF, Kanye gets honest. His confession? arrogance, guilt and grief amplified by his submission to the life of a superstar, unfortunately viewers according to Kanye himself did not know how to appreciate the artistic characteristics of the work or the powerful visual load of it.

As for the visual components of this short film, an overall harmony is created in which the images shape the music and vice versa. There is a clear narrative thread in which visual motifs also stand out, such as the color palette or the costumes of the protagonists that are maintained throughout the piece looking for visual unity.



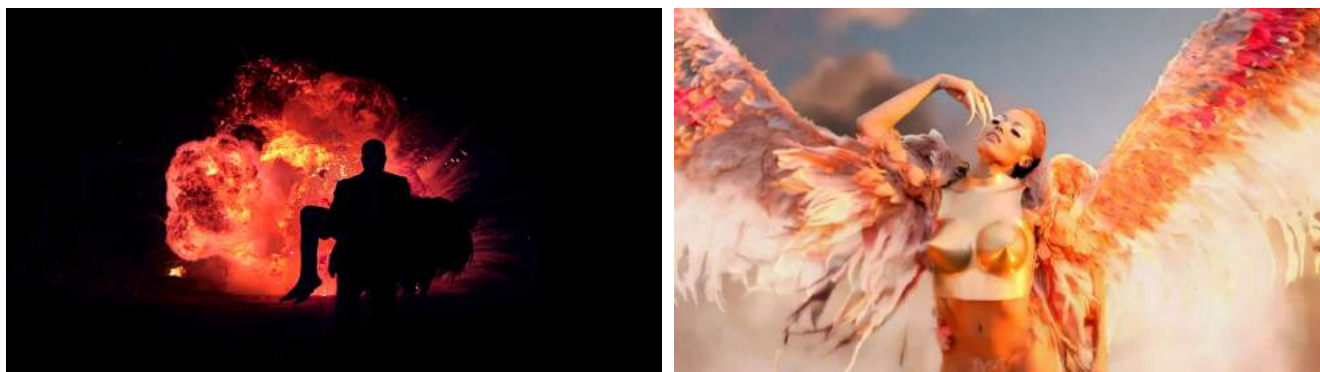
The dancers and their black costumes that contrast with their white costumes convey to the viewer the feeling of loneliness and fear that the protagonist feels, the classical ballet choreography around Kanye feeds the artist's disproportionate ego while what happens beyond is a magnification of their lifestyle and excesses.



As a resource to unite the different themes Kanye sometimes uses a narrator, who later becomes a television presenter, however the union occurs regularly by brief

dialogues that precede long silences accompanied by very significant actions, and from These starts the subsequent song.

The plans are reminiscent of a fantasy film, they are open and slow, many of them general, and all spectacular. It also makes use of special effects: fire, explosions, fireworks, smoke, etc.



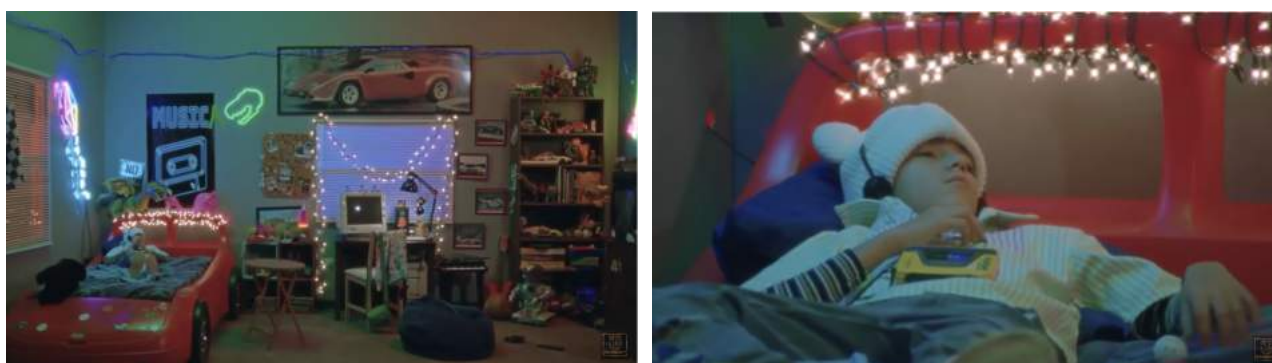
West describes the video as a general representation of his dreams and a parallel to his musical career. For this, he was inspired by Prince's "Purple Rain", Michael Jackson's "Thriller", Fellini, Kubrick and designer Karl Lagerfeld, in order to create a piece full of fire and spectacle. (Beaumont, 2015)

3.4.4. Yo Hago Lo Que Me Da La Gana (2020) - Bad Bunny

Bad Bunny's recent visual album YHLQMDLG consists of 20 songs and a total duration of 65 minutes. It has an aesthetic set in 2000, when Bad Bunny was still a child, so the protagonist is like him at 10 years old. In this case, continuity is not established by the narration of events, but by the place and presence of the protagonist.

At the beginning of the album in "Si Veo a Tu Mama" we see a man on a stool about to hang himself while everyone around celebrates the arrival of the year 2000, at that moment as a child he approaches him and says "Do you know what what do i do

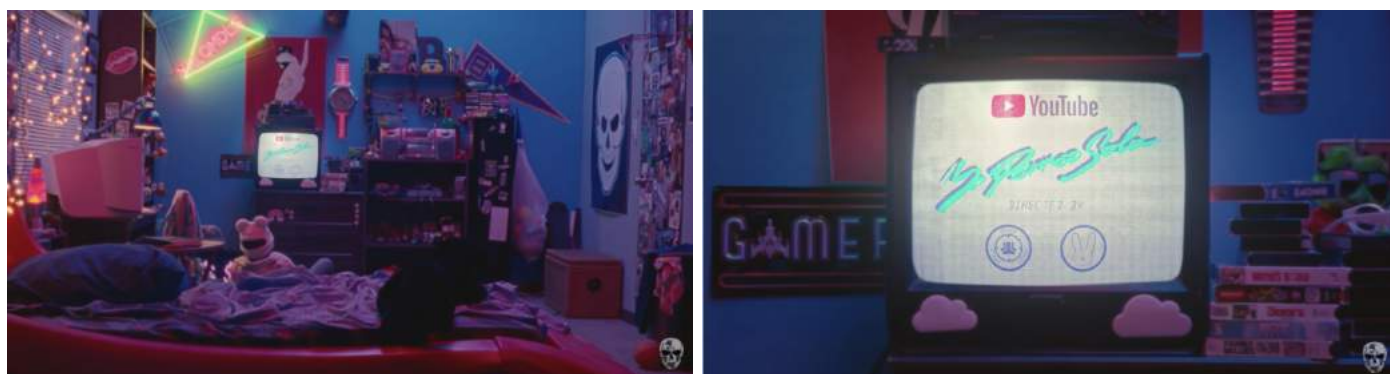
when i'm sad? I listen to Bad Bunny. ” This is the introduction to the story, in which that child spends his hours in his room with his walkman listening to the artist, because he feels sad when he sees his parents arguing and nobody listens to him. Part of the songs that follow are listened to while the little one hangs out in his room, these are general shots that by means of a slow zoom in become close-ups.



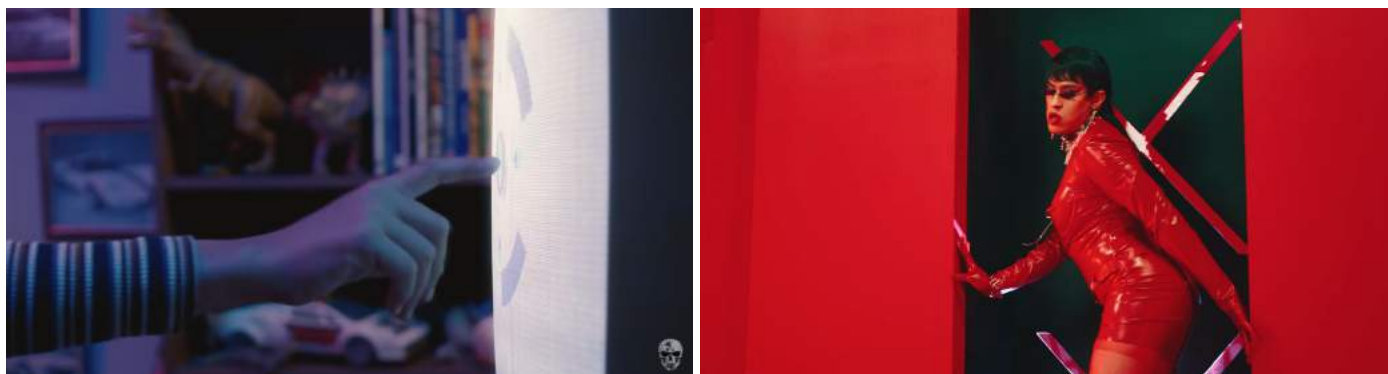
The songs that do not follow this guideline, are accompanied by diegetic images of the artist, but the montage of these differs:

On the one hand, there are themes that have a separate video clip and that are introduced into the plot through brief cameos from the little one at the beginning and end. They are usually collaborations with other artists such as "Bichiyal", "Ignorants" or "Yo Perreo Sola".

In the latter, for example, it is the child who, through the screen of his television, starts playing the music video. Although this is not related to retro aesthetics, as it is a product that the child is seeing, the common thread of the visual album is not lost.



On the other hand we see other themes that accompany images starring the little one, although this time outside his room.



The artist appears in these acting as an extra and adopting different personalities as in "Si Veo a Tu Mama" where he works as a worker in a cinema and is the one who breaks the child's entrance, in "Pero no ya" he sings at a karaoke being one more those who celebrate the new year, while in "Hablamos mañana" the little Bad Bunny plays with his friends while superimposed images recorded by a GoPro of this currently singing with Duki and Pablo Chill-E. In the latter, the resource of crossing the screen is repeated and the artists become characters in the Grand Theft Auto, a video game played by children.

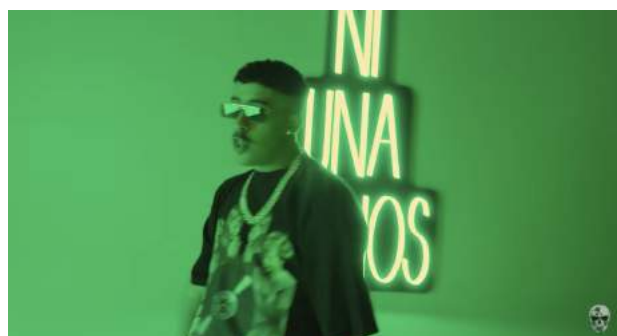




As for the visual characteristics, the album follows a retro line with neon lights and fluorescent colors. The child's room is decorated with many elements from the world of gamer and geek culture, such as a Nintendo 64, action figures from Mr. T and a mushroom from Marios Bross, etc. There are marked references to cassettes, VHS tapes, and game consoles from the 1990s.

The album follows a very urban aesthetic, the life of the protagonist boy is austere, and he lives in a simple house, which differs from the typical mansions typical of reggaeton video clips. However, in music videos, many classics of this style are fulfilled by making various changes in wardrobe and environment, and samples of high-end sports cars.





Another very recurring element in this kind of video clip is to put a group of half-naked women dancing around the artist. Bad Bunny plays with this resource in "The Difficult" giving a backstory to women who are generally used as one-dimensional settings in almost all urban videos, in this case, a single mother who is doing her best for her daughter.

The artist has used the medium to turn the script that urban music follows by offering visibility and firmly opposing misogyny and homophobia in order to bring progressive politics to the Latin mainstream. In "Yo Perreo Sola", for example, a feminist discourse follows and a woman's dress launches messages such as "not one less" or "if she does not want to dance with you, respect her, she is alone." (Ruiz, 2020)

As far as the musical section is concerned, since its inception Bad Bunny has been an artist who likes to combine electronic melodies with organic rhythms, YHLQMDLG is not a reggaeton album, nor does it want to be, in fact the first track is closer to the trap due to its rhythms and arpeggios, it is not until the fourth song "La Santa" with Daddy Yankee that we find reggaeton strokes, but these are only in the drums since the melody that accompanies throughout the track is very analogical of songs from the 80s, even so the mixture of both results in a very new sound that combines electronic and organic perfectly.

On the other hand, we find songs like "Bichiyial" or "Yo perreo sola" in which the rhythm and sounds are "classic" reggaeton but still Bad Bunny manages to bring novelty to these with the vocal section, full of harmonies and double voices, These two songs give way to the track "Solía", which is a mix between the reggaeton of the 2000s and the Daft Punk style, all kinds of analog melodies combined with very harmonic pads that perfectly combine with each other are appreciated.

In the chorus we can hear a synthesizer reminiscent of a pan flute but it is totally analog, the strong point of this theme is the use of the vocoder, a key tool and present in all the songs of Daft Punk, which has been something unpublished since that no reggaeton artist had used this before. The mix between the voice of Bad Bunny and the electronic harmonies provided by an instrument like the vocoder turn a conventional reggaeton theme into something completely new and magical.

Then we find "Safaera", a song full of samples and references, during a change of rhythm that begins in the third verse, the frequent contributor to Bad Bunny, Tainy uses samples of the song "Get Ur Freak On" by Missy E, produced by Timbaland, which is strongly influenced by bhangra music originating from the Punjab region of India. However, Bad Bunny looked for more styles than just those from the 2000s to get inspiration from this theme. As Pitchfork (2020) points out, the song also features the bass line from Bob Marley's "Could You Be Loved", the hook from Cosculluela's "Pa 'La Pared", the Jaws sample from "El Tiburon" from "Tocate Tu Misma "(Remix), among other songs.

To put the finishing touch to the album we find "We Talk Tomorrow", which is a common trap song but a part of rock & roll appears in the last stanza, which comes out of nowhere and adds incredible strength to the voice of Bad Bunny and breaks all the stereotypes related to reggaeton that the artist has dealt with in the previous songs on the album.

3.4.5. Mala Ruina (2018) - Criando Ratas ft. Yung Beef dirigido por Carlos Salado.

Mala ruina is not labeled as a visual album but as a spin off of Criando Ratas that is part of the quinqu cinema. However, we will analyze it because it is very close to the theme and musical style of our project, in addition to being part of the Spanish musical and cultural scene.

The 15-minute short film is presented as an ode to second chances. It is directed by Carlos Salado, starring actor Ramón Guerrero (as El Cristo) and has the presence of artist Yung Beef as a secondary character. Bad ruin revolves around Yung Beef's song "Lil Romeo", a theme dedicated to his son, Romeo, in which he honestly warns him about the street world and the future that awaits him.

The original song is orchestrated on an instrumental composed by a minor harmony on a piano with classic trap drums, hi-hat rolls, snares in the third beat and an 808 bass attached to the kick drum, however Salado has only maintained the scale and the voice of Yung Beef for the short film, in Mala Ruina Yung Beef's voice flows over more orchestral sounds such as plucked strings and many wind instruments, however there are certain moments, when the visual section may be more like a Video clip that a short film in which the drums of the original song can be heard in the background, Salado chooses to end the musical part with violins in crescendo while only the voice of Yung Beef sounds giving it a spectacular and cinematic touch.

Mala Ruina follows an aesthetic already seen in quinquin movies, although the planes, angles and lighting seem more elaborate. It highlights the marginality of the locations, the slang used typical of slums and the criminal environment and the numerous references to crime and drugs, typical of this genre, as Beef says "Papi, somos delincuente', no hablamos' con policía. Fumamos marihuana y vendemos cocaína".

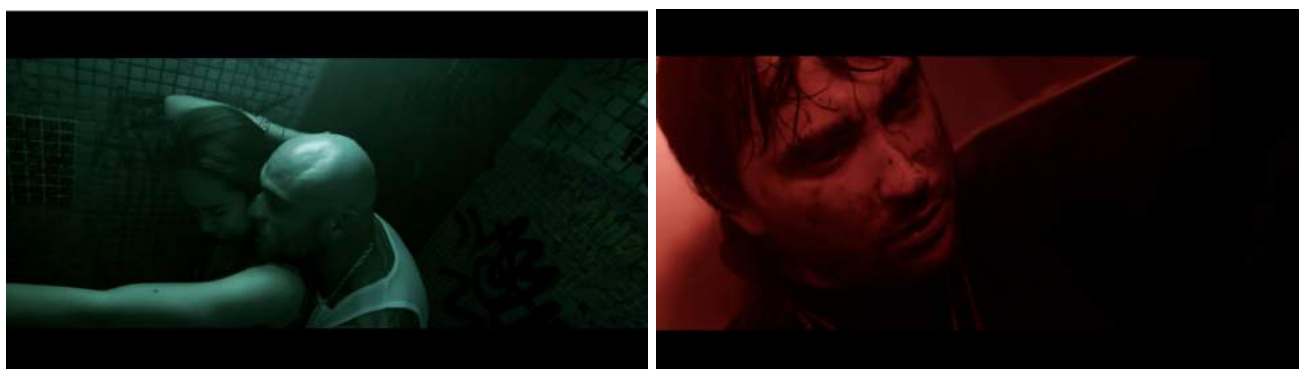


"It is a social problem that I like to give a voice, showing it in a true and realistic way. As a filmmaker, I like the viewer to reflect, look for solutions or ask questions when they finish. " To achieve his purpose, Salado makes use of the contrast of illuminated

images that show a happy moment with other shady scenes of problematic and violent scenes.



Also a sex scene prior to a beating, is proof of the violence that this kind of life brings. In scenes such as that of the fight or that of the disco Salado plays with the angles, movements and fast camera turns that he uses to transmit the tension of the moment to the viewer, which he achieves by combining it with poor lighting in red and blue tones, and to a noise of noise and stridency typical of the discotheques along with the effects of drugs.



The moral teaching that both the film and the song propose is based on values such as loyalty, respect, the word or love for a mother. With verses like:

Hijo, yo soy de la calle, tú también lo será'
Voy a enseñarte que el dinero no compra felicidad
Voy a enseñarte a ser un hombre, llevar una vida digna
Voy a enseñarte la palabra pesa más que la firma

3.5. Conclusions

The urban genre as we know it today has gone through many stages. Since its inception, it has been considered a genre related to vandalism, however it has worked out his position itself and acquire a better image. We have noticed the large number of interpretations that are linked to this type of music, where a claiming character is shown as a way of "representing the street" and a need to support the lyrics of the songs with facts.

On the other hand, we have been able to appreciate the evolutionary capacity of the urban genre, since the artists of the genre are constantly working and innovating to offer quality content that appeals to the public. As we have seen, the 2000s were a hectic decade from a political, social and cultural point of view, and therefore music was also affected. This meant great changes and the emergence of new artists who contributed a large number of themes to the music scene with which they sought to show everything that was happening. It was then that the culture of reggaeton, rap and dembow was generated.

In Spain this genre also underwent many changes and began to achieve its own little place in the music industry from the 90s. New artists such as Kase O or SFDK tried to merge African American rap from the "West Coast" with new and current ideas in order to capture the attention of a much wider audience. Finally, after generating new trends, styles and forms of interpretation of this type of music, from 2010 we can consider that urban music in Spain penetrated the minds of society, achieving a very high position in the music industry, as we can see today.

Currently digital and audiovisual media have a great influence on the music industry, they have the power to create new formats, dissemination tools and increase the promotional possibilities of artists. That is why we have decided to create a visual album, an innovative format capable of adapting to this trend. As it is an underdeveloped element, there are no clear criteria that characterize and define it, so the analysis carried out of the most influential visual albums of the urban genre

have helped us to highlight certain signs of identity that appear in every visual album, and that we will take into account when creating our project.

It is a format that seeks to blur the boundaries between music and cinema and whose duration varies between 20 and 50 minutes. It follows a narrative framework characterized by visual motifs that connect throughout the entire piece and that serve as mechanisms to give unity. In addition, a common thread is necessary, which is usually the singer himself who plays the main character.

Based on these features and taking into account the contextualization in the urban music scene of recent years, we have obtained the necessary information that will help us define and develop our project.

4. Argumentación sobre las decisiones discursivas

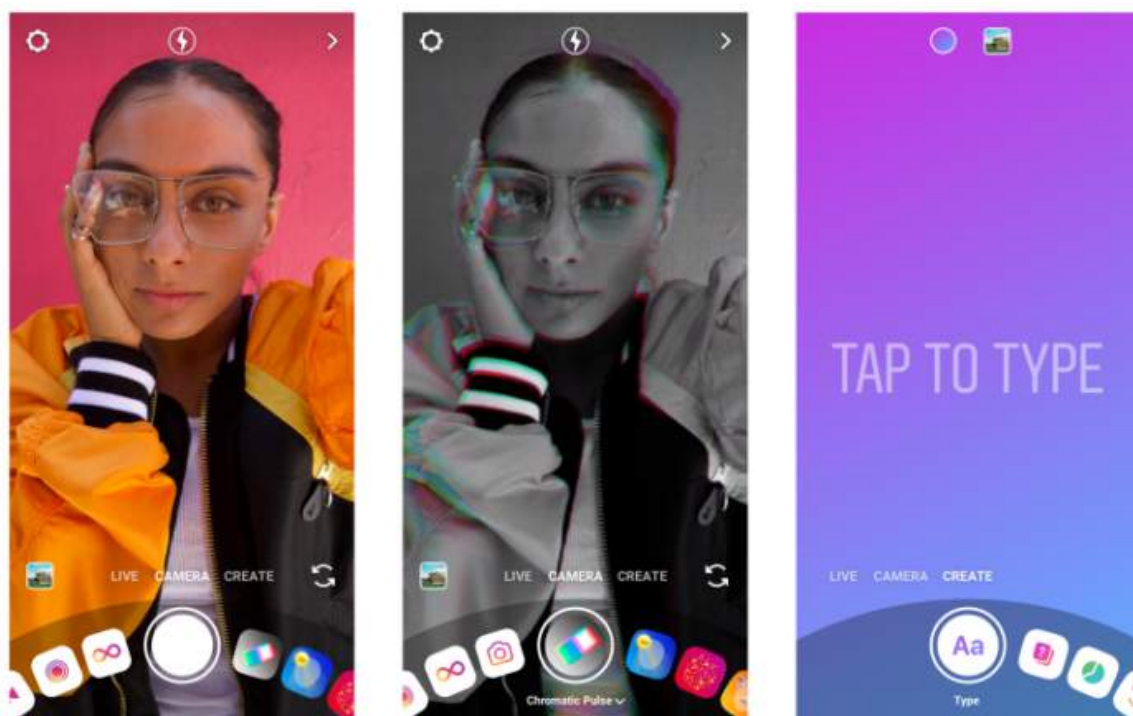
En cuanto a las decisiones estéticas que queremos plasmar en nuestro proyecto, hemos reunido una serie de ideas tanto de otros videoclips como de series y películas. Elementos relacionados con el estilo, el uso de cámara, el montaje y la colorimetría.

Buscamos un estilo urbano un poco underground, con elementos propios de la calle. Esto lo lograremos con la iluminación y la posterior edición del color. Estos parámetros nos ayudarán también a hacer una diferenciación entre las secuencias en estudio y los flashbacks. Las primeras tendrán tonos oscuros y fríos, mientras los flashbacks serán más iluminados y coloridos haciendo también alusión a la infancia. Nos hemos fijado para ello, en Carlos Salado, director de las producciones neo quinquis “Criando ratas” y “Mala Ruina”.



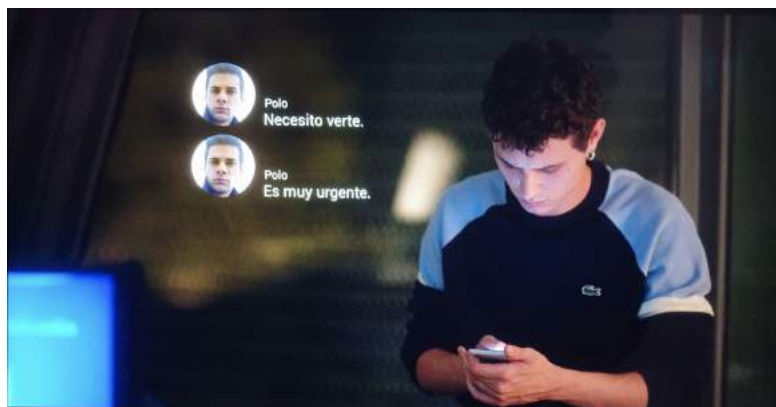
Respecto al uso de la cámara hemos querido introducir elementos bastante novedosos y actuales, los cuales estamos acostumbrados a ver en nuestro día a día.

Estos podemos verlos reflejados en imágenes donde el plano se convierte en el propio interface de instagram. Nos damos cuenta de que el video está grabado directamente desde el mismo móvil de nuestro protagonista y esto da un toque mucho más cercano al espectador, como si lo estuviera viendo desde su propio móvil.



Esto sería un ejemplo de lo que veríamos directamente en pantalla. Es decir, como Zé Carda se graba un vídeo a sí mismo para sus followers de Instagram, haciendo publicidad de su nuevo tema.

Por otro lado, vamos a insertar mensajes salientes al lado del personaje, tal y como se muestra en la imagen, para mostrar los whatsapp y mensajes directos de instagram que recibe Zé Carda durante nuestro álbum visual.

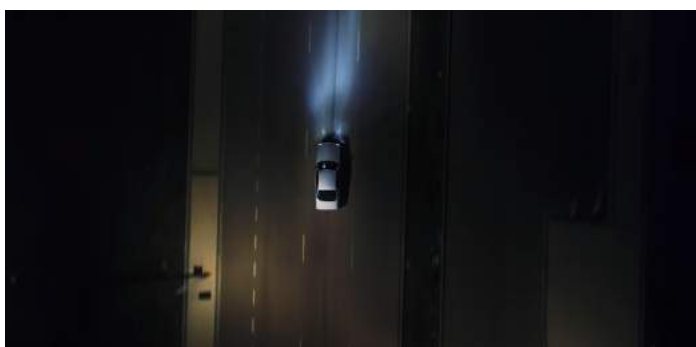


Nos hemos inspirado en series como “Élite” y “Por 13 Razones”, que han tenido mucho éxito en la plataforma Netflix, ya que es una herramienta interesante para acercarnos a nuestro público objetivo.

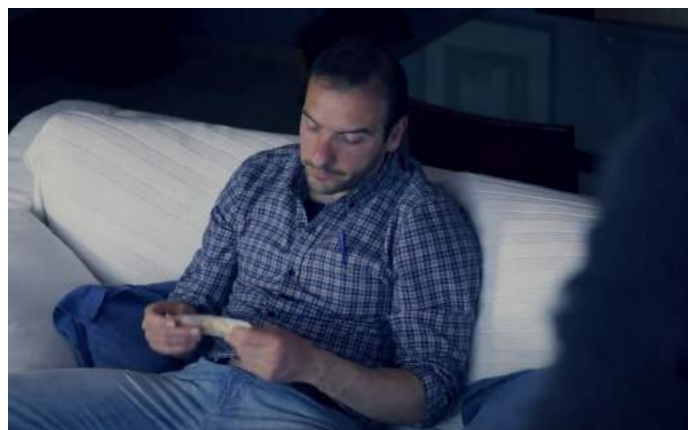
Para el montaje de la escena en el supermercado nos hemos fijado en el videoclip de Bad Bunny “Hablamos mañana”, en el que vemos a los niños haciendo fechorías en diferentes lugares, y entrando a robar a un super de barrio donde el tendero se desquicia.



En la secuencia final, Zé Carda va en coche hasta un mirador, una idea basada en el videoclip de Kaydy Cain “Si me meten preso” con imágenes tanto del coche como del cantante durante el viaje. Queremos tener en cuenta de esta pieza los diferentes planos en un mismo espacio, el montaje y el estilo de esta.



Para el apartado de color, nos hemos inspirado también en nuestro corto “Colorblinds”, donde utilizamos tonos fríos en gran parte del cortometraje y colores como el azul, marrón o gris. Además de aplicar grano, una característica formal que aporta un aire retro y urbano a la imagen.



Además, hemos decidido utilizar colores neutros para dar una estética más equilibrada y enfatizar los tonos protagonistas. Para ello, usamos un preset LUT en Premiere, para así obtener una buena base de color y poder construir todo el proyecto desde ese punto de partida.



Por último tenemos en cuenta el mar, que aparece en muchas escenas. Al ser un pueblo costero el mar y la playa están muy presentes en el discurso visual. En la escena final, el protagonista se encuentra al amanecer frente al mar, por lo que haremos un plano de espaldas muy común en estas localizaciones, pero que muestra la inmensidad del océano frente al ser humano.



5. Sinopsis del Proyecto de Producción

5.1.Composición musical

En el apartado de composición musical detallaremos el proceso de producción para las piezas musicales. Además, al no poder mostrar el producto final, hemos realizado unos videos que relatan la producción de cada tema de una forma visual, para que se pueda apreciar de mejor manera las características de las piezas, su construcción y la obtención del resultado final. Para ello tendremos en cuenta cuatro factores: temática, ritmo, melodía y armonía. Además, al no poder mostrar el producto final, hemos realizado unos videos que relatan la producción de cada tema.

5.1.1. *Nasty boyz*

Esta pieza es *Nasty Boys*, un tema a 98 BPMS, con un ritmo cercano al reggaeton. Sin embargo, al tener un tempo algo menor nos transmite una mayor sensación de calma y paz aun así se convierte en una canción que podríamos escuchar tanto en casa como en el club.

Está en Si menor utilizando el modo mixolidio el cual da lugar a unas melodías más cercanas al pop y alejadas del reggaeton más puro, con lo que conseguimos esta mezcla de estilos bastante característica en el panorama actual.

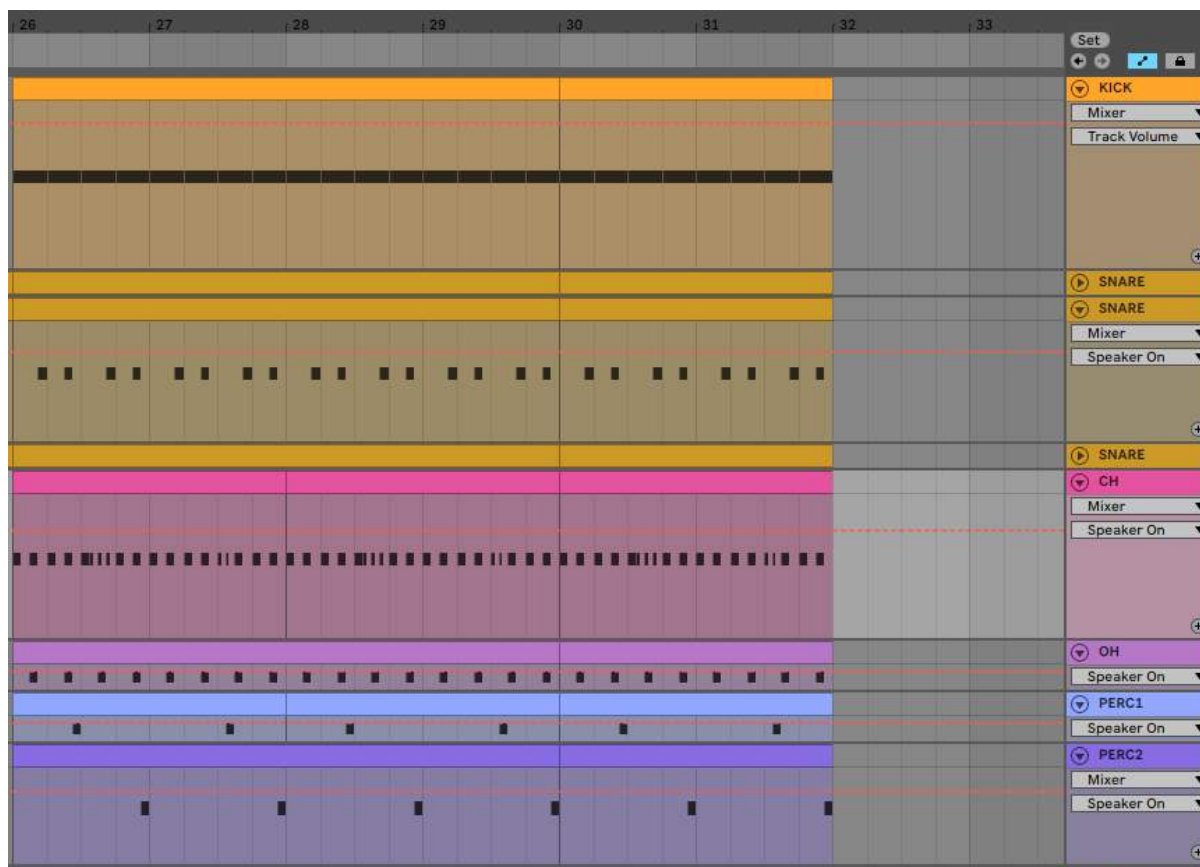
- **Temática:**

La letra narra los planes de futuro de dos jóvenes que se aventuran en el mundo de la música con la intención de causar impacto y ganar dinero para escapar de la vida cotidiana a través de lujos y bolos. Por sus letras desagradable para algunos oídos se consideran *nasty boyz* (chicos sucios o desagradables). Lo vemos en versos como el siguiente:

“Chicos Nasty flexeando en el party rodando la movie, soñando bugatti”

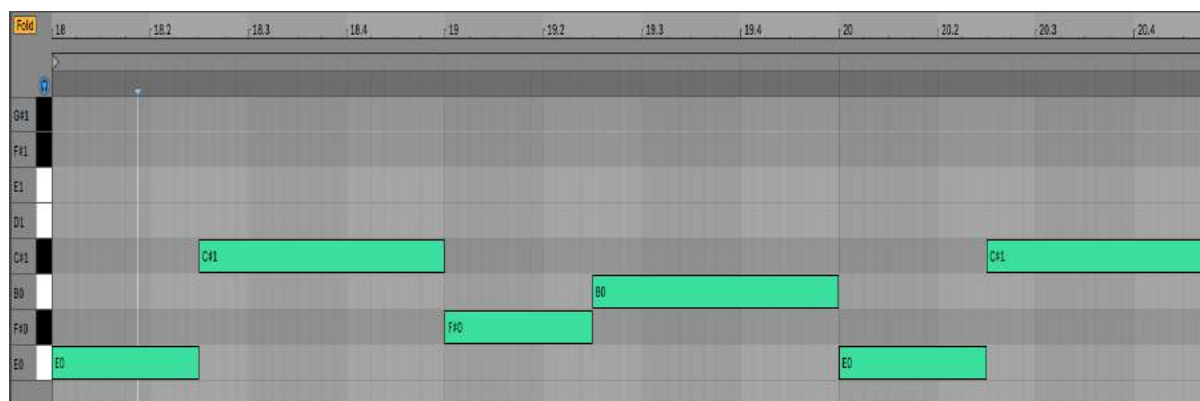
- Ritmo:

El ritmo de la canción está compuesto por 6 elementos. un bombo, una caja, un hi-hat cerrado, uno abierto y dos elementos percusivos agudos, esta combinación resulta en el ritmo clásico del reggaeton (Bombo-----Caja---Bombo-----Caja) con mucho redoble para añadirle groove y movimiento al conjunto.

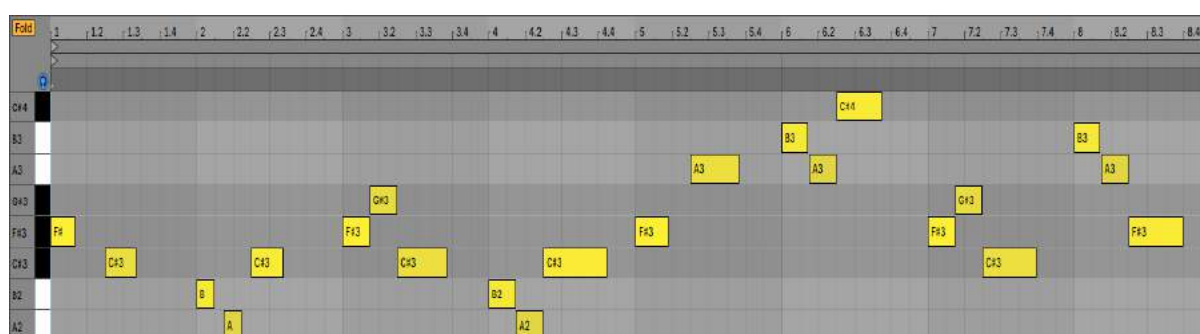


- Melodía:

En la parte melódica de la canción encontramos dos elementos principales, por un lado tenemos un sub-bajo que acompaña al ritmo a lo largo de la canción siguiendo las notas fundamentales de los acordes de la armonía, el ritmo de este es el mismo que el del bombo. aunque su volumen disminuye cada vez que este suena, con lo que causamos un efecto de bombeo o “pumping” el cual añade mucho movimiento al ritmo.



Por otro lado encontramos una melodía inicial que sirve como apertura para la canción la cual podemos dividir en dos mitades, en la primera mitad encontramos dos sonidos muy orgánicos y naturales, sin embargo en la segunda mitad la cual precede al estribillo entran en juego otros 2 sonidos más analógicos y electrónicos los cuales caracterizan a esta melodía y le añaden un carácter más agresivo.



- Armonía:

La armonía de la canción está compuesta por 4 acordes menores que siguen la siguiente progresión: V (Fa# menor) - I (Si menor) - IV (Mi menor) - II (C# disminuido).

Esta progresión se repiten a lo largo de la canción y es interpretada por dos instrumentos, un *pad* y un piano, los cuales combinan puesto que el primero suena más completo a lo largo del tiempo mientras que la carga armónica del segundo reside en su primer golpe, de esta forma conseguimos un sonido que perdura a lo largo de la canción.



5.1.2. Tiempo

Tiempo es un tema a 86 bpm el cual se focaliza bastante en la voz de Zé Carda y deja la instrumental en un segundo plano para dejar hueco a todas las frecuencias de la voz, el ritmo es de Trap y las notas utilizadas se encuentran dentro de la escala de Fa sostenido menor lo que se traduce en un corte serio y oscuro.

- Temática:

Este tema engloba una crítica social hacia el trabajo, la meritocracia, el consumo capitalista, la procrastinación y atomización de los sujetos. En este caso la barra inicial resume el argumento de la canción:

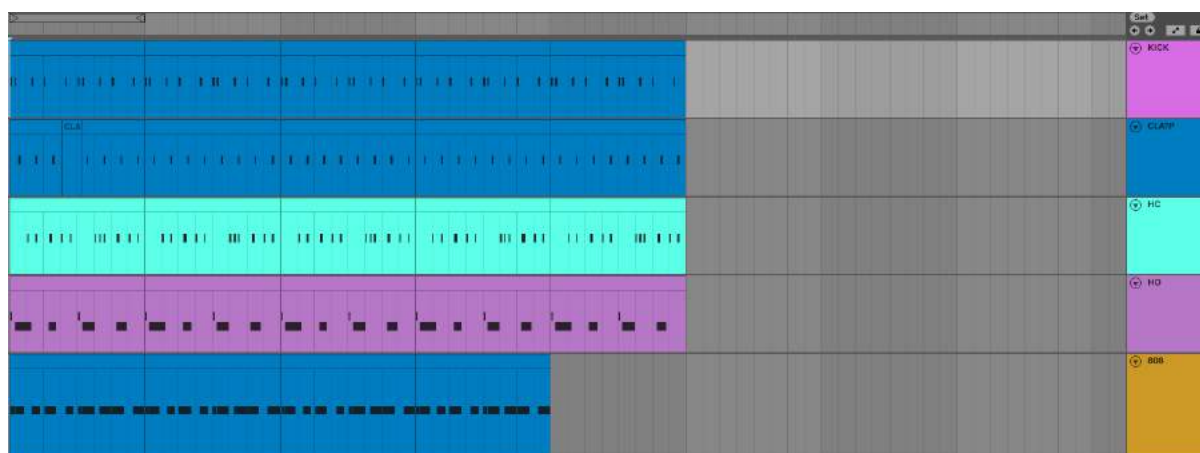
“¿Que es el dinero sino tiempo?, ¿Que es el tiempo sin dinero?, todos curran como mineros, pa’ cavar dentro el agujero”.

En ella observamos una crítica hacia el capitalismo ejemplificando la relación entre dinero y tiempo que se obtiene a cambio del trabajo para poder invertirlo en nuestro tiempo de vida.

- Ritmo:

El ritmo es uno de los elementos más destacables de esta canción, la intención es que fluya acorde con el ritmo de la voz y no se superponga si no que la acompañe en todo momento, con un bombo que suena en los golpes fuertes y una caja que se repite siempre en el segundo tiempo del compás, estos elementos son

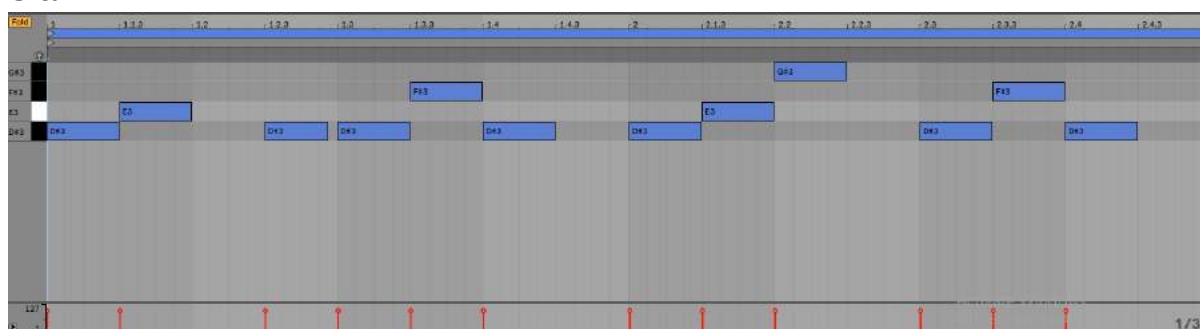
acompañados por un platillo cerrado que no es constante y aparece en determinadas ocasiones para darle más fuerza al ritmo, también un platillo abierto que aporta un movimiento constante al tema, también encontramos un 808 bastante agresivo que suena siempre junto al bombo.

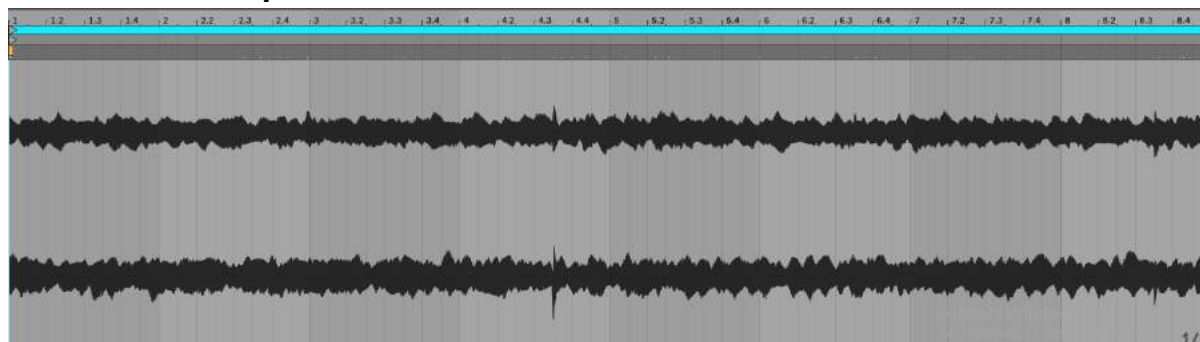


- Melodía:

Encontramos en este apartado tan solo dos elementos, el principal que se repite a lo largo de todo el tema, es un sitar, el cual aporta un timbre oriental/asiático y que recuerda a canciones de la India, lo cual es bastante usado en este tipo de estilo musical, también encontramos en la introducción de la canción un sample de un sintetizador el cual suena bastante electrónico y le aporta fuerza a esta parte.

Sitar:



Sintetizador sample:**- Armonía:**

La armonía de este track es muy simple y solo la encontramos en la introducción ya que queríamos que la voz tuviera que competir con muy pocos elementos, en este caso es un pad, también sampleado.

**5.1.3. Ya no sé**

Este tema es uno de los más musicales del álbum, en él la voz de Zé Carda fluye sobre muchos elementos melódicos y armónicos con menor énfasis en el ritmo, podríamos decir que el género es trap amoroso o trap calmado ya que los 100 bpm del tema lo convierten en algo relajado aunque posee mucha fuerza, la escala es Do sostenido menor.

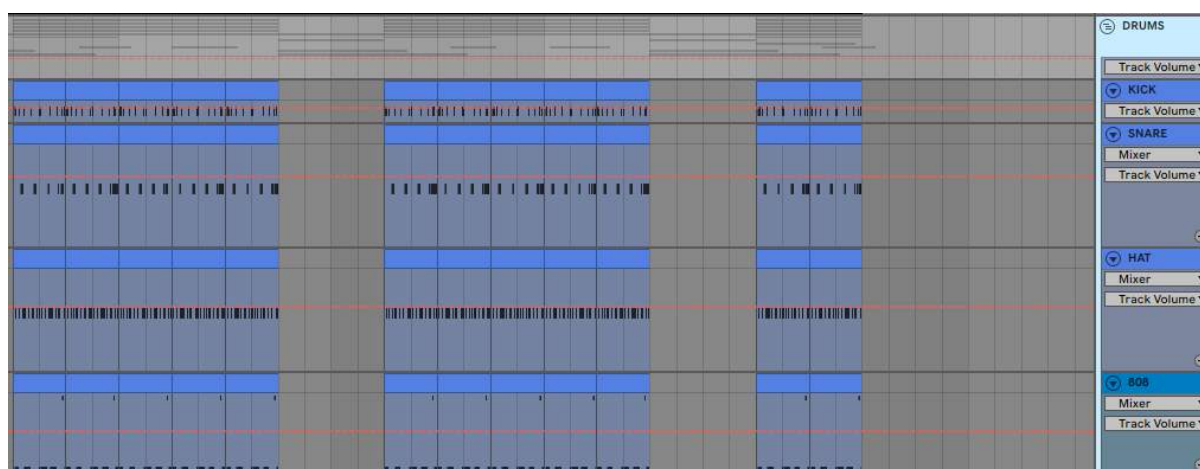
- Temática:

Esta canción es una carta de amor hacia alguien que se pierde en el pasado y que conformaba el pilar principal. Su pérdida acompaña el derrumbe y desconcierto de uno mismo frente al futuro al recordar las experiencias vividas.

“Y ya no se, si voy a caer, si de perderme me encontré y al final me equivoque”

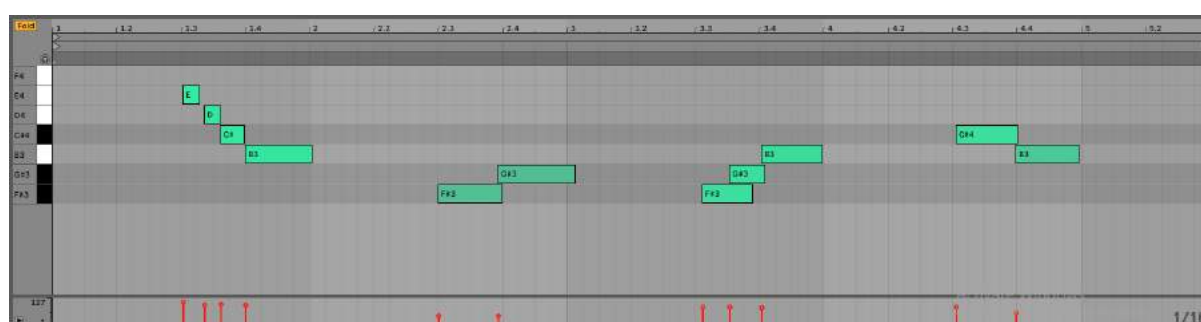
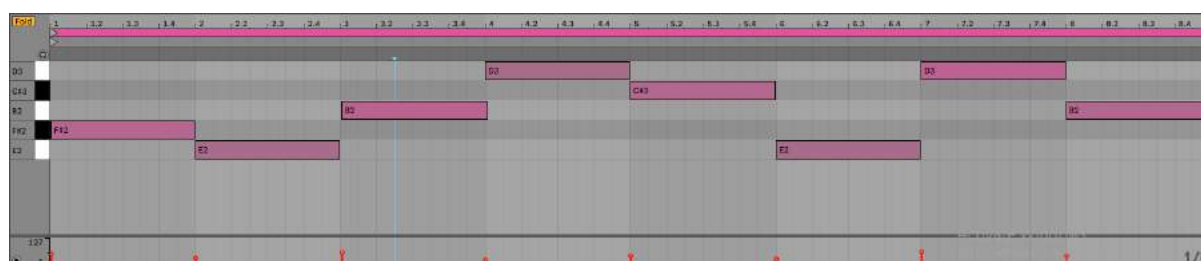
- Ritmo:

El ritmo de esta canción es básico pero constante, el único elemento que no está sincopado es la caja mientras que los platillos y el bombo, el cual va acompañado de un 808 que hace de bajo en las partes del estribillo, si lo están y no suenan en tiempos determinados del compás si no que intentan encajar con la voz de Zé Carda, esto hace que los 4 elementos que conforman el ritmo fluyan muy acordes con el resto de los elementos de la canción y le aporta una sensación de movimiento constante.

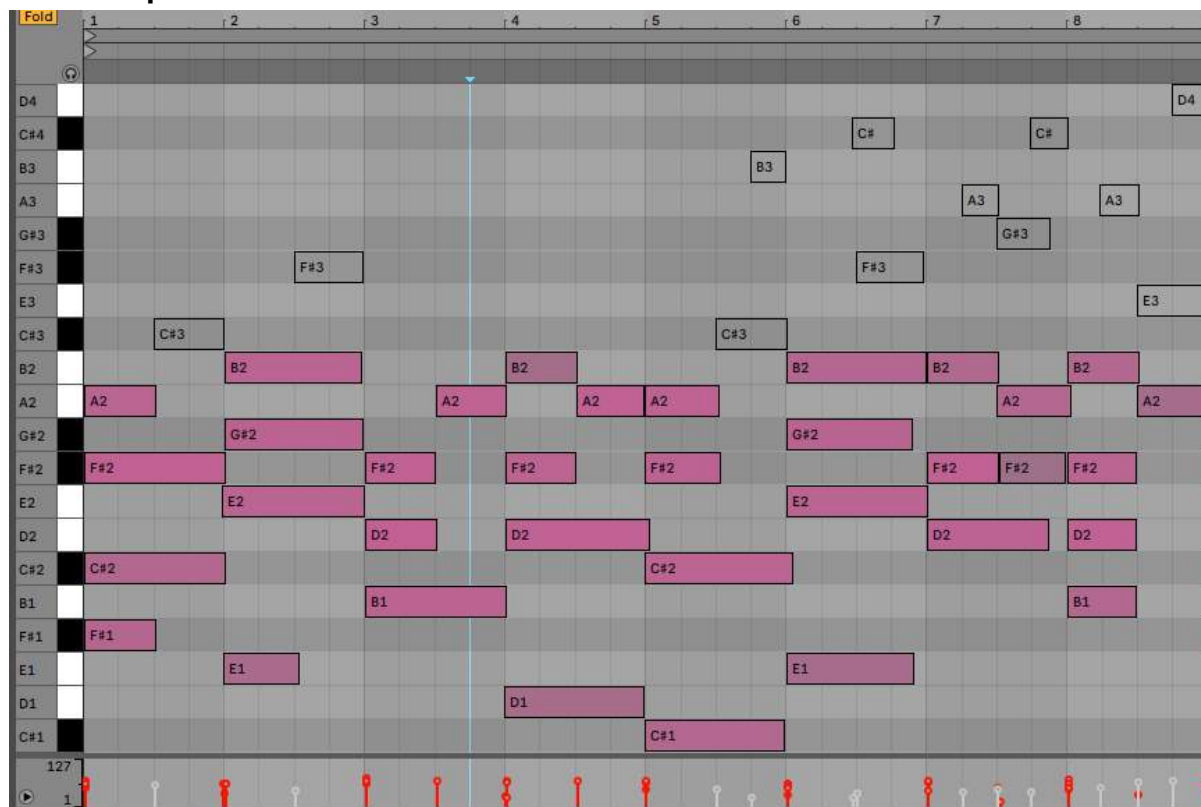


- Melodía:

La melodía está interpretada por un piano situado en las partes flojas del compás acompañado a la armonía la cual tiene el papel fuerte en la canción, también aparece otro elemento melódico en el último estribillo de la canción en el cual la voz de Zé Carda casi desaparece, por último encontramos un bajo que aparece en los puentes antes de los estribillos y utiliza las notas fundamentales de los acordes del piano.

Piano:**Melodía puente:****Bajo:****- Armonía:**

La canción dos elementos muy armónicos, dos pianos clásicos con timbres oscuros que suenan durante toda el tema, la progresión es la siguiente: I (Do# menor - III (Mi mayor) - VI (Si disminuido) - II (Re menor) , aún teniendo estos timbres, la cadena de procesamiento de estos instrumentos y esta progresión le hace brillar en una clara yuxtaposición a lo que el cantante está diciendo durante la canción, también en los puentes encontramos un pad que acompaña al bajo utilizando la misma progresión que el piano para darle fuerza al paso de los estribillos

Acordes piano:**Pad:****5.1.4. Modelo**

Modelo es uno de los primeros temas que se originaron para incluirlos en el álbum, no lo podríamos categorizar como reggaeton, ya que hay muchos elementos de otros estilos, aunque es cierto que la mezcla final nos evoca ese sentimiento de baile propio del regueton y esos 95 bpm del tema, la escala es Re sostenido menor.

- **Temática:**

Esta canción utiliza ritmos de reggaeton con un estribillo bastante repetitivo que tiene el objetivo de ser fácil y rápido de entender para que así el oyente logre desconectar en una discoteca, pub o con un grupo de amigos pero siempre dentro de un contexto de fiesta y baile. Por ello se abusa de la rima consonante frente a la asonante. Ejemplo en el estribillo:

*“Ella luce como modelo (Eh, Modelo)
pero cuando se suelta el pelo
creo que yo me muero (Eh, Me muero)
como gata loco ella me tiene en celo”.*

La temática se centra en la atracción hacia una mujer en este contexto de fiesta y baile.

- **Ritmo:**

El ritmo es la parte más emblemática de esta canción puesto que combina elementos de hip-hop y reggaeton, por un lado el bombo y la caja siguen la estructura clásica del reggaeton aunque en vez de tener un bajo melódico, el bombo está acompañado de un 808 que lo refuerza y llena todas las frecuencias graves, por otro lado los platillos siguen un ritmo trap a tresillos y lleno de redobles, todo esto es acompañado de muchos elementos percusivos que suenan en los golpes libres del compás para llenar todo el espectro de frecuencias.

Batería:

[illegible]

808:

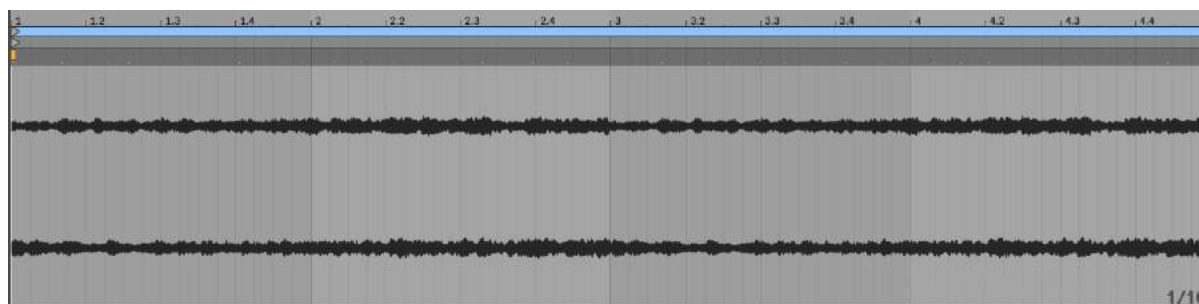
[illegible]

- **Melodía:**

La melodía de este tema es bastante sencilla, encontramos dos elementos que aparte de ser melódicos son bastante percusivos también lo que ayuda a que se difuminen en los momentos en los que compiten con la batería y no suenen desagradables ya que tienen que estar en armonía con muchos otros elementos. aparte encontramos una voz que parece otro instrumento y ayuda a rellenar los espacios entre los otros dos instrumentos.

Lead:**Pluck:****Voz:****- Armonía:**

La armonía de este tema es muy sencilla y solo aparece en el puente, se trata de un pad que no está compuesto por acordes si no por una sola nota, en esta caso la fundamental de la escala, Re sostenido, y mediante automatizaciones y cambios de parámetros en los sintetizadores ofrece movimiento a esta parte de la canción.

Pad:

5.1.5. Maradona

Para la realización de esta canción hemos utilizado exclusivamente samples, puesto que Zé Cardá buscaba una cosa muy específica y rebuscando en librerías en el momento de realizar la canción encontramos cosas muy parecidas a lo que estaba buscando en ese momento y así le aportamos al tema esta característica tan usada en el hip-hop, de esta forma no se ha utilizado ningún instrumento para la creación de este tema si no que son todo sonidos ya grabados y modificados para encajar con lo que buscaba el artista, el resultado final es una base de hip-hop a 100 bpm algo poco usual, pero que le aporta ese toque tan característico a la canción.

- Temática:

Consiste en una crítica social hacia la meritocracia, el consumo capitalista, el idealismo y la atomización de los sujetos. Como ejemplo utilizaremos el estribillo en el que se resume el argumento de la canción:

“Otra rola x3

Ganando la liga como Maradona

Esos cabrones me aman y a la vez me odian

Arriba y abajo como en la noria.

Otra rola x3

Gastando en copas como Maradona

Distintas realidades el mundo es goma

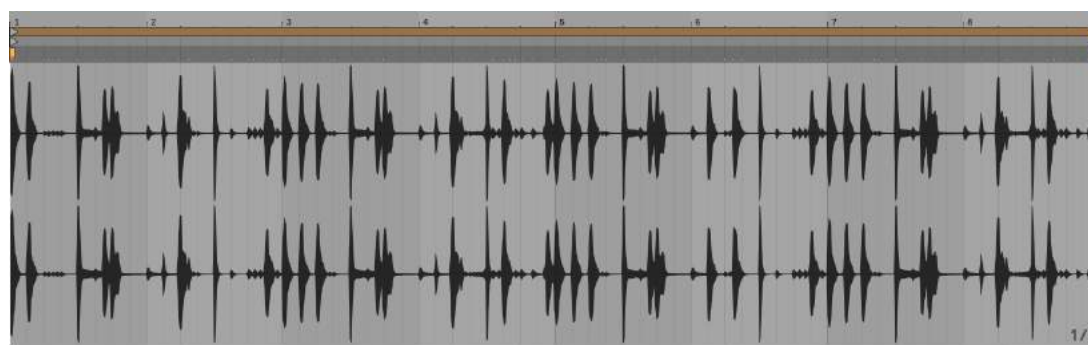
Odio y dolor en la cruz de Roma.”

En el estribillo se ejemplifica a través de metáforas y comparaciones como en un mundo cada vez más convulso los sujetos se encuentran totalmente atomizados, solo buscan un interés individual y critican el trabajo ajeno mientras no dejan de consumir sustancias psicotrópicas y alcohol para evadirse de los problemas para/ con sus efectos adversos. Se hace referencia además a un ícono endiosado como Maradona a través del cual se trata de mostrar la legitimación del sistema en aspectos como la drogadicción y la diferencia entre cómo se legitima a un ícono frente a los individuos de clase baja.

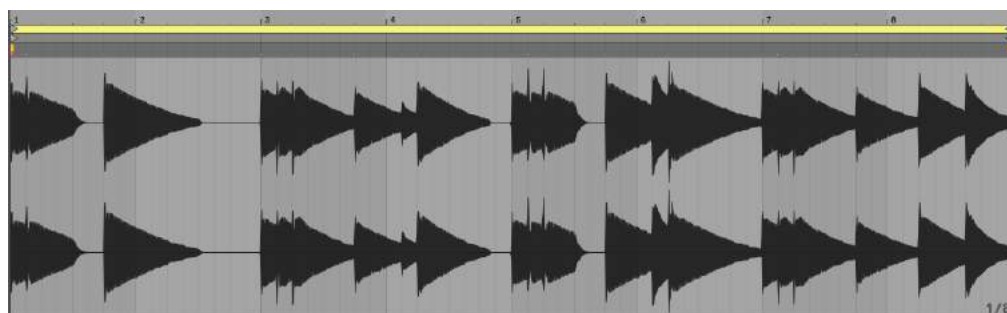
- **Ritmo:**

La batería de este tema está formada por diversas baterías de temas de R&B con bpm's más lentos, es por eso que suena como "cansada" y da la sensación de que el tema podría ser más lento, pero solo vemos esto en elementos como el bombo o la caja, los platillos por el contrario son bastante rápidos y ofrecen este constante que en conjunto suena muy bien y aporta mucho movimiento. El bombo como en canciones anteriores está acompañado de un bajo 808 muy saturado y a un volumen muy alto lo que acaba de redondear esta sección y hace que el apartado rítmico esté muy presente y llene mucho la canción

Batería:



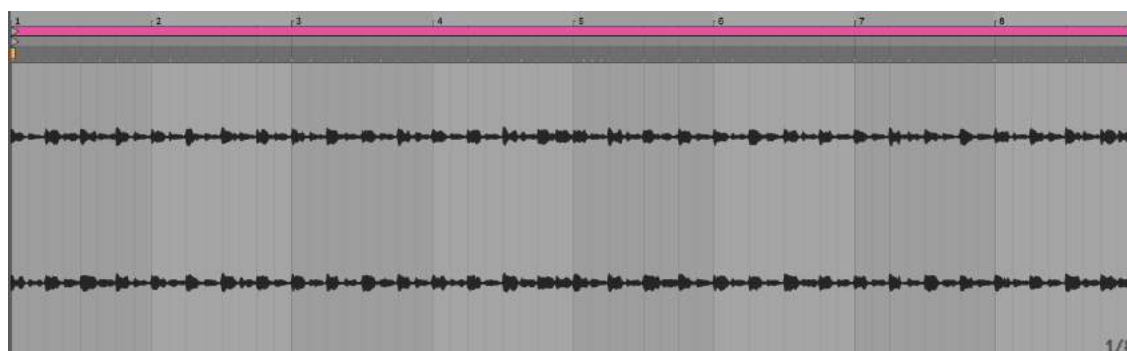
808:



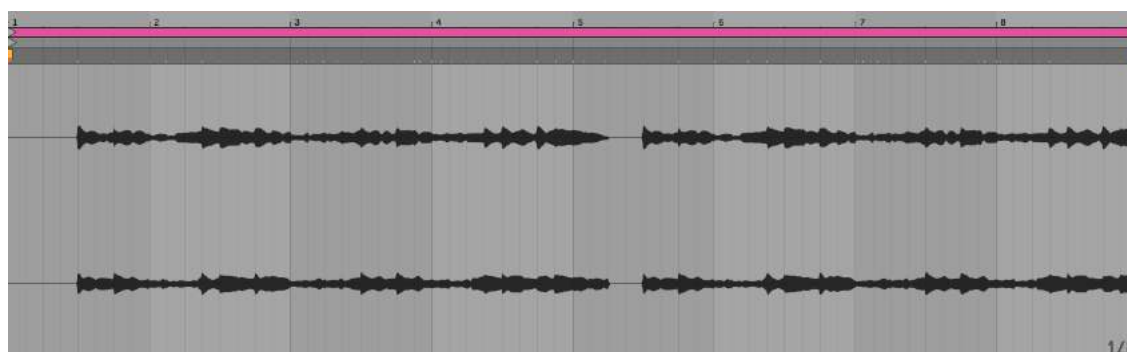
- Melodía:

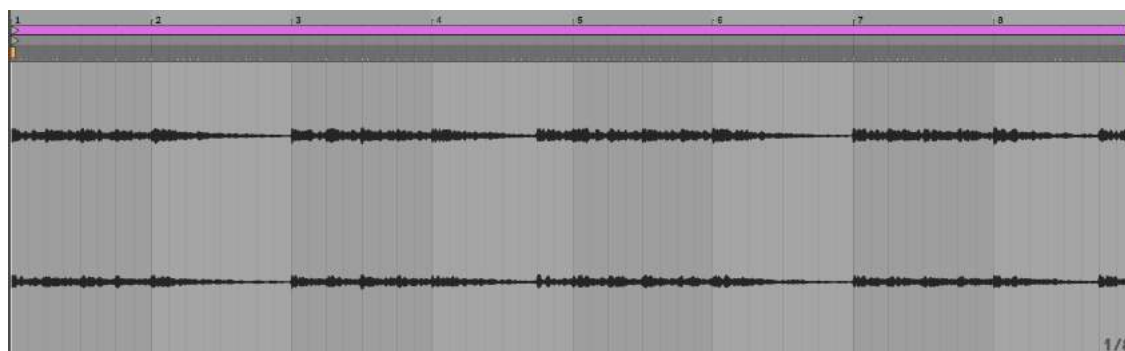
Todos los elementos melódicos han sido bañados en varias capas de reverberación, lo que les da un sentimiento de distancia y casi fantasmagórico, no se distinguen muy bien entre ellos conjuntamente, y cuando los separamos parecen no tener sentido, pero al juntarlo con el resto de las pistas vemos como empiezan a encajar y hacen que la voz de Zé Carda pueda fluir sin problemas sobre estos, mientras conseguimos rellenar todo el espectro de frecuencias para hacer que el tema esté lleno. Son 3 los samples utilizados.

Sample1:

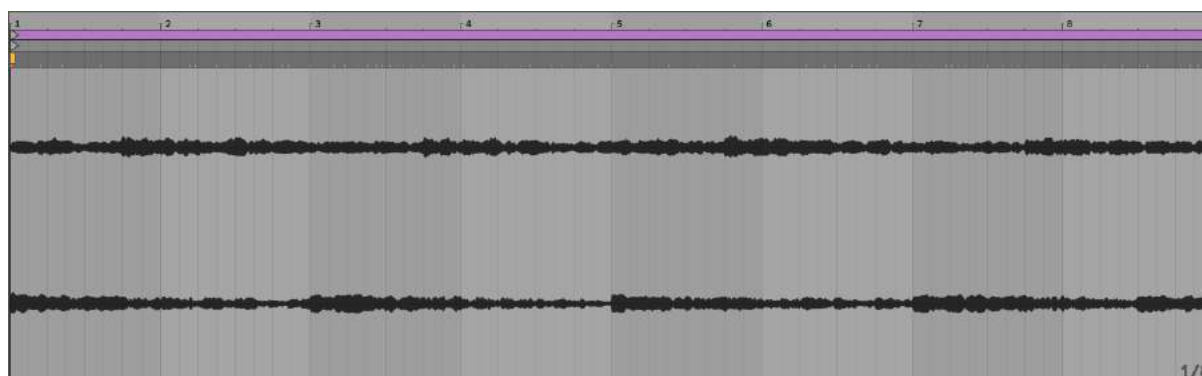
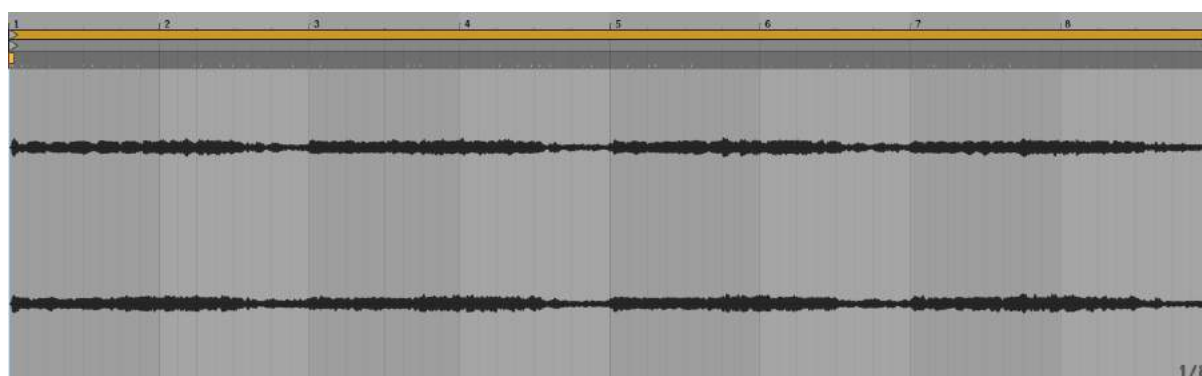


Sample2:



Sample3:**- Armonía:**

Por lo que respecta a este apartado, en este tema solo aparecen en las partes de la introducción y el puente puesto que ponerlas junto a la voz de Zé Carda solo hubiera resultado en un conflicto entre frecuencias y realmente no se necesitaba de estas partes para acabar de rellenar el track, encontramos un pad y un piano eléctrico.

Pad:**Piano Eléctrico:**

5.2. Tema

La experiencia de la vida como material creativo.

5.3. Idea narrativa

Cómo el aprendizaje vital sustancia la obra creativa.

5.4. Storyline

El protagonista se mira en el reflejo del escaparate de una antigua tienda de música y ve al niño pequeño que un día fue sonriéndole al lado del cantante de su grupo favorito. El protagonista esboza una media sonrisa consciente de que aún le queda un largo camino.

5.5. Sinopsis

Zé carda es un chico caucásico de 22 años y mediana estatura, amante de la música que busca transmitir a través de sus temas sentimientos basados en las experiencias vividas y el aprendizaje que estas conllevan.

Vemos reflejadas las canciones a través de tres *flashbacks* de su adolescencia, momentos significativos que el artista toma de guía para componer sus temas. Estos están intercalados con momentos en el estudio de grabación musical junto a su productor, que funcionan de enlace entre las distintas canciones, dotándolas de un mayor sentido y contexto en el presente del artista.

Finalmente nuestro protagonista se reencuentra con su “yo” de la adolescencia a modo de reflejo del paso del tiempo y se da cuenta de que aún le queda un largo camino por delante.

5.6. Construcción de personajes

Zé Carda:



Zé Carda es el cantante y protagonista del álbum visual. Se trata de un joven caucásico de mediana estatura. A sus 22 años vive en su pueblo natal Burriana, junto con su padre.

Se inició en la música en su niñez, tocando instrumentos como el violín y el saxofón, llegando a formar parte de la orquesta de su pueblo. Tras el divorcio de sus padres cuando el artista tenía dieciséis años, abandonó la música y se centró en salir de fiesta con amigos y en las drogas. Al inicio de su carrera universitaria retomó la música al conocer al que hoy en día es su productor, dándole una significativa importancia a su pasado, a sus sentimientos y a la fama que algún día espera conseguir.

El protagonista se caracteriza por su estilo urbano a la hora de vestir, siempre con prendas modernas como si estuviese en la gran ciudad, pero que destacan en un municipio como Castellón. No pone limitaciones a su imaginación cuando se trata de darle un toque personal a su estilo.

Se preocupa considerablemente por su aspecto, ya que le da mucha importancia a lo que los demás opinan de él. Además, está centrado en mejorar su imagen personal y como todo millennial de hoy en día difundirlo en las redes sociales.

Tiene una actitud crítica ante la vida y se preocupa por los problemas de la sociedad. Sin embargo, sus amigos son lo primero, se considera un chico de barrio. Es una persona extrovertida a la hora de relacionarse y se caracteriza por su facilidad para conocer gente nueva. Sin embargo en ocasiones se muestra solitario y huraño, atributos que aprovecha a la hora de componer sus temas ya que, tanto sus experiencias pasadas como su actitud ante la vida, le sirven de inspiración.

D. Basto:

D. Basto es un varón blanco, alto y delgado. Tiene 23 años destaca por su aspecto desenfadado luciendo una barba y un peinado al estilo hipster. Sin embargo, suele vestir ropa urbana, sobretodo de marcas como Nike o Adidas.

Tiene un carácter introvertido, aunque cuando coge confianza se muestra muy cercano y atento. Es trabajador, siempre pone todo su empeño para que las cosas salgan bien, sin embargo tiene una actitud crítica, que le hace buscar la perfección en todo momento. Desde pequeño es un apasionado de la música, tiene mucho talento y creatividad a la hora de producir. Al entrar en la universidad conoció a Zé Carda, quien compartía su interés por la música y se convirtió en el productor de sus temas.



Padre:

Manuel es un hombre blanco de 38 años, es de complexión fuerte y mide 180 cm. Tiene un carácter fuerte, algunos dirían que agresivo, ya que suele mostrarse poco compasivo con su alrededor y le gusta tener la razón por encima de todo.

Es un padre de familia trabajador que se dedica al comercio y a las exportaciones portuarias en Burriana. Empezó a trabajar en el puerto a los 16 años y siempre se ha tomado sus responsabilidades muy en serio. Tiene un hijo adolescente al que le cuesta comprender, quiere que como él valore el esfuerzo y dedicación que se consigue con el trabajo duro.

Se casó a los 22 años tras el embarazo de su pareja, pero ahora están en trámites de divorcio por sus constantes peleas que en ocasiones llegan a las manos.

**Madre:**

Aurora es una mujer de 35 años, de mediana estatura y tez blanca. Es una mujer muy atractiva que siempre ha aparentado menos edad de la que tiene.

Es una madre entregada a su familia, sin embargo, vive con muchos miedos. Se muestra insegura y en muchas ocasiones bastante pasiva. Antepone a los demás dejando de lado sus ideales y sus derechos. Por circunstancias de la vida, su autoestima se ha visto muy perjudicada, por lo que ahora es bastante inestable emocionalmente y propensa a la manipulación. Siempre trata de evitar los conflictos para no pasarlo mal.



Emma:

Emma es una chica de 21 años, tez blanca y estatura media. Tiene el pelo negro, largo y liso. Tiene un carácter dominante y es una persona atrevida y segura de sí misma. Le encanta la fiesta y el perreo siempre hasta abajo. Es muy extrovertida, por lo que no le cuesta hacer amigos. Tiene contactos en todas partes y cuando entra a una discoteca todo el mundo la conoce.



Bryan:

Varón negro de 16 años, es alto y atractivo. Tiene una gran popularidad en el instituto, le gusta jugar al fútbol y ligar con las chicas de su clase. Piensa que nadie está a su altura, tiene una autoestima muy elevada y eso se refleja en su actitud prepotente hacia los adultos.



Chester Bennington:

Chester Bennington es un varón blanco, alto y delgado de 36 años. Es un famoso músico, cantante, compositor y actor estadounidense, conocido sobre todo por ser el vocalista principal de la banda de rock alternativo Linkin Park.



5.7. Tratamiento de guión

SEC.1 EXTERIOR/INTERIOR. AV. MEDITERRANEA, BURRIANA.

Año 2020. **ZÉ CARDA** varón de 22 años de mediana estatura, delgado de complexión caucásica y tez blanca, vestido con una sudadera negra con un dragón blanco estampado en la espalda, una cadena de color plata colgada del cuello y unos pantalones ajustados tipo “pitillo” de color negro, gorra color marrón arena y zapatillas Adidas negras. Conduce su coche, un Peugeot 207 plateado, mientras escucha en la radio su canción “Maradona”.

ZÉ CARDA aparca en la esquina del bingo de la avenida Mediterránea y sale del coche. A unos 4 metros se encuentra la entrada del estudio de grabación, en el sexto piso del edificio. Entra al portal del estudio y sube al ascensor con expresión meditabunda mientras suena su voz en over:

ZÉ CARDA

(Con expresión meditabunda)

Nada es como crees que va a ser, el niño que un día fuiste quería ser el hombre que hoy eres y viceversa.

Todo se crea y se destruye desde lo material hasta el mundo de los sueños.

Siempre quise tocar las nubes, saborearlas como un algodón de azúcar.

Nunca dije nunca porque si digo nunca, nunca será siempre.

SEC. 2 INTERIOR. ESTUDIO GRABACIÓN. BURRIANA.

ZÉ CARDA entra en la sala de sonido y choca la mano con **D. BASTO**, su productor, un varón de 24 años, alto, delgado de complexión caucásica y tez blanca, que viste una sudadera Balr de color blanco con detalles rojos y unos vaqueros pitillo azul claro. Hablan sobre algunos detalles del álbum mientras ZÉ CARDA responde de forma nerviosa aunque mostrando confianza. ZÉ CARDA acomoda los cascos en su cabeza, coge su libreta y se posiciona ante el micro para empezar la grabación.

SEC 3. INTERIOR/EXTERIOR. TARDE/ANOCHECER. BURRIANA. (FLASHBACK)

ESCENA 3.1 EXTERIOR. TARDE. PLAYA

Suena la canción “Nasty boyz”

ZÉ CARDA tiene 14 años y va con tres amigos de su misma edad, todos visten bañador y chanclas. Montan en bicicletas bmx por el paseo de la playa de la Malvarrosa. Se tumban en la arena de la playa, que se encuentra desierta. NIÑO 1 tira arena de forma amistosa a NIÑO 2. NIÑA 3 y ZÉ CARDA se ríen de la situación. Todos miran las nubes entre risas y bromas.

ESCENA 3.2 INTERIOR. TARDE. TIENDA ULTRAMARINOS

ZÉ CARDA y sus tres amigos aún vestidos en bañador y chanclas, entran a robar a la tienda de ultramarinos. NIÑO 1 de 14 años, bajito, rubio y con pecas. abre la nevera de las bebidas, coge 3 latas y las mete en la mochila. NIÑO 2, de 15 años, moreno, bajito y delgado distrae al **TENDERO**, un hombre mayor, de unos 50 años, bastante gordo. Lleva unas gafas rotas sujetas con cinta aislante, muestra un aspecto descuidado y viste con unos bermudas beige con una camiseta ocre de tirantes que no logra cubrir del todo su barriga. NIÑA 3, de 14 años, morena, alta y delgada, coge varias bolsas de patatas fritas. ZÉ CARDA coge unas bolsas de chuches. Los cuatro amigos salen corriendo del local.

Tras ellos sale el TENDERO intentando alcanzarlos, pero fatigado se para en la esquina de la calle consciente de que no conseguirá pararlos.

ESCENA 3.3 EXTERIOR. TARDE. CLUB NAUTICO

NIÑO 2 intenta quitar la insignia de un BMW aparcado en la puerta del club. Mientras NIÑO 1 le roba los tapones al mismo coche. NIÑA 3 y ZÉ CARDA vigilan para que nadie se percate del delito mientras sueñan con pilotar coches de alta gama como ese algún día, imitando con gestos que se encuentran en el interior de los mismos.

ESCENA 3.4 EXTERIOR. TARDE. PARQUE.

ZÉ CARDA, se encuentra de pie encima de un banco mientras rapea muy excitado. NIÑO 2 improvisa “beatbox”. Todos ríen y hacen gestos de aprobación y desaprobación simulando estar en una batalla de gallos profesional.

ESCENA 3.5 EXTERIOR. ATARDECER. CAMPO DE TIERRA.

ZÉ CARDA juega con sus amigos al fútbol en un campo de tierra situado a las afueras del pueblo. Este lanza el balón y mete gol. Mientras NIÑO 1 se lanza al suelo para intentar pararlo. ZÉ CARDA para celebrarlo se tumba sobre él. Ambos se levantan riendo y se sacuden las rodillas manchadas de tierra.

ESCENA 3.6 EXTERIOR. ANOCHECER. AV. MEDITERRÁNEA. TIENDA DE MÚSICA.

Al anochecer ZÉ CARDA se despide de sus amigos chocando la mano. De camino a casa se fija en un escaparate que muestra videos promocionales de CHESTER BENNINGTON, un hombre de 36 años, delgado y alto de aspecto descuidado. Es el cantante principal de la banda de rock Linkin Park. En ellos sale endiosado y Zé Carda queda fascinado deseoso de llegar a ser como él algún día.

SEC 4. EXTERIOR/INTERIOR. ESTUDIO DE GRABACIÓN. AV. MEDITERRANEA, BURRIANA. (PRESENTE)

ESCENA 4.1. INTERIOR. ESTUDIO GRABACIÓN

ZE CARDA y D. BASTO se encuentran frente al ordenador, haciendo unos arreglos a la canción cuando deciden tomar un descanso. En ese momento llaman a D.BASTO por el móvil, se levanta de la silla y sale de la cabina.

ESCENA 4.2. EXTERIOR. TERRAZA ESTUDIO GRABACIÓN

ZÉ CARDA busca en su bolsillo la cajetilla de Fortuna, coge un cigarro, busca el mechero por la mesa y se lo enciende. La llamada es corta y D.BASTO entra en la habitación. La llamada era del padre de ZÉ CARDA, lo estaba buscando ya que desde que se fue de casa no ha vuelto a saber de él. ZÉ CARDA intenta evitar la conversación.

SEC. 5. EXTERIOR/INTERIOR. TARDE. CASA ZÉ CARDA. BURRIANA. (FLASHBACK)

ESCENA 5.1 INTERIOR. TARDE, DORMITORIO ZÉ CARDA.

Es 2014, ZÉ CARDA está sentado en el colchón de su cama, viste unos vaqueros y una sudadera roja, tras él hay un póster de la banda de rock Linkin Park. Mientras escucha a sus padres discutir, llora y escribe en su cuaderno una canción titulada “Tiempo”. Su **PADRE**, un hombre de 36 años musculoso, de tez blanca, vestido con traje irrumpe en la habitación, lo coge del brazo y lo arrastra hasta el salón.

ESCENA 5.2 INTERIOR. TARDE, SALÓN.

ZÉ CARDA entra al salón arrastrado por su PADRE. Allí se encuentra su **MADRE** una mujer de 35 años, delgada, de tez blanca vestida con un batín, sentada en el sofá con la mirada perdida. Parece estar bastante afectada por la situación. El PADRE le lanza el cuaderno a su esposa sobre las piernas y esta se sobresalta. ZÉ CARDA le quita a su MADRE el cuaderno, se gira hacia su PADRE insultándole y abandona la casa.

Comienza a sonar el tema “Tiempo”.

ESCENA 5.3. EXTERIOR. TARDE. AV. MEDITERRÁNEA.

Una vez en la calle, ZÉ CARDA mira hacia su ventana y aún escucha los gritos de sus padres. Empieza a correr por la Avenida Mediterránea tratando de escapar de la situación. Por el camino advierte varias escenas urbanas. Un grupo de jóvenes fumando hierba en un banco, vestidos con chándal, algunos sin camiseta, cadenas y gorra. Un edificio en construcción en el que trabajan un grupo de obreros de origen rumano. Dos hombres ebrios peleando a las puertas de un bar. Absorto por la pelea, ZÉ CARDA está a punto de ser atropellado al cruzar en rojo un paso de cebra, pero esquiva el coche rápidamente. El conductor le grita e insulta por la ventanilla mientras vuelve a arrancar.

ESCENA 5.4. INTERIOR. TARDE. RESTAURANTE JOSÉ.

ZÉ CARDA llega al bar donde se suelen reunir sus amigos para desahogarse y contarles lo ocurrido, pero al entrar ve en el telediario la noticia del suicidio de su artista favorito, Chester Bennington. Al conocer la noticia ZÉ CARDA abandona el bar apresuradamente.

ESCENA 5.5. EXTERIOR. ANOCHECER. PLAYA DE LA MALVARROSA.

ZÉ CARDA entra a la playa, llega a unos espigones, y se sienta. Saca su cuaderno y mientras llora la muerte de su artista favorito, continúa escribiendo.

SECUENCIA 6. INTERIOR. SALA DE GRABACIÓN. BURRIANA. (PRESENTE)

ESCENA 6.1 INTERIOR. TARDE. SALA DE GRABACIÓN.

Las imágenes aparecen con menor calidad enmarcadas en el interface de instagram. ZÉ CARDA y D. BASTO se graban presentando la nueva canción.

ESCENA 6.2 INTERIOR. TARDE. SALA DE GRABACIÓN.

ZÉ CARDA y D. BASTO se encuentran frente de la pantalla del pc tratando de arreglar algunos detalles sobre el tema que acaban de grabar. Llega una notificación al móvil y ZÉ CARDA lo coge. Es **MARÍA** la ex de ZÉ CARDA una chica atractiva de unos 22 años, de tez blanca, pelo castaño y mediana estatura. MARÍA le contesta al vídeo con emoticonos de fuego y le pregunta por su estado. ZÉ CARDA deja el mensaje en visto y no responde.

SEC. 7 EXTERIOR/INTERIOR. INSTITUTO JAIME I. BURRIANA. (FLASHBACK)

ESCENA 7.1 INTERIOR. DÍA. INSTITUTO JAIME I.

ZÉ CARDA vestido con una sudadera negra de Nike a juego con los pantalones de chándal, está sentado en su pupitre al fondo de la clase. En ese momento entra MARÍA por la puerta, vestida con unos shorts negros y una sudadera gris de Adidas. **BRYAN**, un chico negro, alto y atractivo vestido con unos pantalones cortos de baloncesto y una sudadera de los *Lakers* pide a MARÍA que se siente a su lado. MARÍA se dirige hacia su pupitre mientras BRYAN mira a ZÉ CARDA con prepotencia y ríe. MARÍA mira a ZÉ CARDA con tristeza y este abre su cuaderno. En él vemos la canción de “Tiempo” terminada, pasa la página y escribe en el primer renglón el título “Ya no sé”. **Comienza a sonar el tema “Ya no sé”.**

ESCENA 7.2 INTERIOR. DÍA. INSTITUTO JAIME I.

Suena la campana y los estudiantes salen al pasillo. ZÉ CARDA se cruza con su ex MARÍA, se paran uno frente al otro y se sonríen tímidamente. BRYAN se da cuenta de la situación y le da un empujón a ZÉ CARDA mientras lo mira sonriendo con prepotencia.

Los estudiantes, que se encuentran en el pasillo, entran en las clases mientras ZÉ CARDA se dirige a contracorriente hacia la salida del instituto. En ese momento aparece un **PROFESOR** vestido con un jersey de punto negro y un pantalón de pinzas beige, que con cara de enfado, le intenta detener. ZÉ CARDA sale corriendo, se gira y le saca el dedo anular.

ESCENA 7.3 EXTERIOR. DÍA. EXTERIORES INSTITUTO JAIME I.

ZÉ CARDA se encuentra en un descampado frente al centro de estudios. Se sienta en un banco, saca su libreta de la mochila y continúa escribiendo.

ESCENA 7.4 EXTERIOR. DÍA. EXTERIORES INSTITUTO JAIME I.

Suena el timbre y los estudiantes salen del instituto. MARÍA y BRYAN salen de la mano y tras unos pasos se besan. ZÉ CARDA los observa incrédulo desde el descampado. Su semblante se vuelve serio, cierra el cuaderno, lo guarda en la mochila y se va hacia su casa.

SEC. 8 INTERIOR. BURRIANA. (PRESENTE)

ESCENA 8.1 INTERIOR. ANOCHECER. ESTUDIO DE GRABACIÓN.

ZÉ CARDA canta el final de la canción “Ya no sé” frente al micrófono. Al terminar sonríe a D. BASTO y se quita los cascos. ZÉ CARDA recoge el cable del micrófono mientras ambos hablan entusiasmados de la producción de las canciones. ZÉ CARDA y D. BASTO chocan la mano y deciden salir a celebrarlo.

SEC. 9 EXTERIOR/INTERIOR. PUB LA HABANA. ESCAPARATE TIENDA MÚSICA, BURRIANA.

ESCENA 9.1 INTERIOR. NOCHE. ZONA VIP, PUB LA HABANA.

ZÉ CARDA y D. BASTO están sentados junto a unos amigos en un sofá de cuero blanco de la zona vip de la discoteca. Se acerca a ellos EMMA, una chica morena de estatura media, que lleva un vestido de estampado de serpiente ajustado, una coleta alta y pendientes de aros. ZÉ CARDA le pasa la manguera de la *shisha* a D.BASTO y se queda mirando seductoramente a la desconocida. Ella se aproxima e invita a ZÉ CARDA a bailar.

Comienza a sonar el tema “Modelo”.

ZÉ CARDA sonríe y se levanta del sofá. En una mano sujeta su copa y con la otra rodea a la chica por la cintura. Caminan hacia la pista de baile, ZÉ CARDA se gira y le guiña un ojo a sus amigos.

Mientras AMIGO 1 y 2 se preparan una copa, AMIGO 3 y D.BASTO se hacen un video para Instagram. Todos ríen, beben y fuman cachimba.

Mientras tanto, ZÉ CARDA y EMMA se encuentran en la pista de baile. La chica se suelta el pelo y ambos bailan al ritmo de la música. A su alrededor la gente baila y se divierte. El dj se baja los cascos y alza la mano animando al público.

ESCENA 9.2 INTERIOR. NOCHE. BARRA, PUB LA HABANA.

ZÉ CARDA y EMMA están frente a la barra. El CAMARERO vestido con camisa negra se acerca a ellos. ZÉ CARDA le pide dos chupitos de tequila y sonríe a EMMA. El camarero les saca los chupitos, que llevan una rodaja de limón encima, y les acerca el salero. EMMA coge la mano de ZÉ CARDA, la lame y esparce la sal en ella. Al momento, coge el limón y lo pone en la boca de ZÉ CARDA. Acto seguido se bebe el chupito, lame la sal de la mano y muerde el limón de la boca de ZÉ CARDA. Se enrollan.

D.BASTO y sus amigos se acercan a la barra y se encuentran a ZÉ CARDA con EMMA. D.BASTO le da una palmada en la espalda y hace un gesto con la mano pidiendo otra ronda. El camarero asiente y les sirve chupitos para todos. Todos brindan y se los beben.

ESCENA 9.3 EXTERIOR. AMANECER. SALIDA PUB LA HABANA.

Ya amaneciendo ZÉ CARDA y sus amigos se despiden a las puertas de la discoteca chocando las manos. ZÉ CARDA, un poco ebrio, se va calle abajo. En ese instante recibe una notificación, coge el teléfono y la mira, es MARÍA. ZÉ CARDA sin contestar, guarda el móvil.

SEC. 10 EXTERIOR. AV. MEDITERRÁNEA, BURRIANA.

ESCENA 10.1 EXTERIOR. AMANECER. TIENDA DE MÚSICA.

Mientras busca su coche, pasa por delante del escaparate de una pequeña tienda de música donde de pequeño se paraba siempre a mirar los nuevos discos de los artistas del momento. Ahora solo quedan algunos muebles viejos y carteles anunciando cd's. Cuando está a punto de irse logra ver a través del escaparate un antiguo póster de Linkin Park. ZÉ CARDA se mira en el reflejo del escaparate y ve al niño pequeño que un día fué, sonriéndole al lado del cantante de su grupo favorito. Esboza media sonrisa, consciente de que aún queda un largo camino por recorrer.

SEC. 11 EXTERIOR/INTERIOR. BURRIANA.

ESCENA 11.1 INTERIOR. AMANECER. COCHE.

ZÉ CARDA conduce su coche Peugeot 207 plateado. Enciende la radio y sube el volumen.

Comienza a sonar el tema “Maradona”.

ZÉ CARDA canta su tema mientras conduce. Sonríe. Mira por el retrovisor, cambia la marcha y gira el volante. Coge el paquete de Fortuna que hay sobre el asiento del copiloto. Coge un cigarro y se lo pone en los labios. Busca el mechero en sus bolsillos. Manteniendo la mirada en la carretera se enciende el cigarro. Aparca el coche frente a un mirador donde podemos ver el mar y el amanecer sobre el.

ESCENA 11.1 EXTERIOR. AMANECER. MIRADOR PLAYA.

ZÉ CARDA se sitúa frente al mar mientras canta “Maradona”.

6. Estructura de producción

Tenemos previsto desarrollar el proyecto en un plazo de 10 semanas que ocupan desde el 16 de marzo al 25 de mayo, y podemos dividir este período en tres fases: Pre-producción, producción y post-producción.

Para la correcta organización de estas fases y la coordinación como equipo, hemos desarrollado cronogramas en los que se detallan estas tareas y el timing por semanas. Además, haremos uso de un *software* de administración de proyectos para llevar todo el trabajo al día.

6.1. Pre-producción

En la primera fase, que será la que realmente podemos llevar a cabo debido a la situación que nos afecta, se desarrollarán las siguientes tareas:

- Buscar información para realizar un trabajo de investigación acerca del contexto de la música urbana que nos ayude a elaborar el marco teórico del proyecto audiovisual.
- Recoger distintos ejemplos de álbumes visuales para distinguir las principales claves que nos marcarán el camino a seguir a la hora de crear el guión.
- Programar una reunión con el cantante para escoger las canciones que formarán parte del álbum y recoger ideas para la redacción del guión. Como *Wave Beats* ya ha producido sus temas durante la carrera, conocemos sus gustos y necesidades, por lo que si es necesario realizaremos algunos cambios para adaptar los temas de la mejor forma posible a la historia.
- Redactar un guión definitivo siguiendo el hilo narrativo de las canciones.
- Seleccionar a los actores que formarán parte del rodaje. En nuestro caso no realizaremos casting ya que buscamos personalidades, gente con estilo urbano que tengan una buena fusión con la música. Para ello, haremos uso de nuestros contactos para, entre todos, escoger a los protagonistas.

- Seleccionar las localizaciones donde rodaremos, hablar con los dueños de los clubs y pedir los permisos necesarios para rodar. También sería necesario visitar los lugares para prever los posibles cambios técnicos y situar en el espacio los planos a rodar.
- Configurar el vestuario y el atrezzo de cada escena, elaborar los desgloses de necesidades nos ayudará a organizar todos los elementos necesarios para esta tarea.
- A raíz del cumplimiento de las tareas anteriores y tras reunirnos con los actores será posible realizar un plan de rodaje en el que se detalle la fecha y hora de las sesiones, así como los descansos, las localizaciones, los actores que participarán y los planos a rodar.
- Una vez establecidas las fechas y horarios de rodaje, debemos solicitar el material técnico necesario en el Laboratorio de Comunicación de la UJI.
- Por último, elaborar un presupuesto con el que sea posible llevar a cabo este proyecto sin disponer de una elevada financiación.

6.2. Producción

Si lleváramos a cabo la fase de producción seguiríamos el horario establecido en el plan de rodaje, su duración de cuatro días y las localizaciones en Burriana.

Las tareas a desarrollar serían grabar los planos que establece el guión siguiendo el *timing* y la organización planteada previamente.

Tendríamos en cuenta factores como el clima, el transporte y el tiempo. Estaríamos provistos de plantillas suficientes para elaborar el script y catering para los actores y el equipo de rodaje. Además, recogeríamos material fotográfico tanto del rodaje como de los actores que nos pudiera servir posteriormente en la promoción del álbum.

En cuanto a los roles que seguiría cada uno, en esta fase: Alejandro Estellés realizaría la función de director y junto a Néstor Cabedo, y se ocuparía del rol de operador de cámara. Ruth Ortiz desarrollaría las funciones de script y directora artística junto con Ana Lafuente, quien se ocuparía también de la dirección de actores y la caracterización.

6.3. Post- producción

La situación actual impide que realicemos la grabación del proyecto y su posterior montaje, por lo que no tenemos imágenes que montar ni álbum visual que promocionar en esta fase.

Sin embargo, si fuera posible, dedicaríamos esta fase al montaje y edición de las piezas, usando los softwares de edición de video Final Cut Pro, Premiere Pro y DaVinci Resolve para las imágenes. Y Ableton Live para la edición y producción musical.

Además llevaríamos a cabo el plan de explotación planteado a continuación con el fin de que la pieza alcance la máxima difusión posible.

6.4. Cronograma

FASES	ACTIVIDADES	S 1	S 2	S 3	S 4	S 5	S 6	S 7	S 8	S 9	S 10	S 11
Pre-producción	Investigación del álbum visual en el género urbano											
	Reunión con Ze Carda											
	Redacción de un guión definitivo											
	Selección de actores											
	Cesión de derechos											
	Diseño y elaboración del Storyboard											
	Selección y visita a las localizaciones											
	Configuración del vestuario y atrezzo											
	Elaborarlos desgloses de necesidades											
	Realización de un plan de rodaje											
	Alquiler de material técnico en el LabCom											
	Solicitar los permisos de rodaje											
	Elaborar el presupuesto											
Producción	Rodaje											
	Comprar catering											
	Recoger material fotográfico											
Post-producción	Montaje											
	Promoción en redes sociales											

7. Guión

7.1. Guión literario

SEC.1 EXTERIOR/INTERIOR. AV. MEDITERRANEA, BURRIANA.

Año 2020. ZÉ CARDA varón de 22 años de mediana estatura, delgado de complexión caucásica y tez blanca, vestido con una sudadera negra con un dragón blanco estampado en la espalda, una cadena de color plata colgada del cuello y unos pantalones ajustados tipo “pitillo” de color negro, gorra color marrón arena y zapatillas adidas negras. Conduce su coche, un peugeot 207 plateado, mientras escucha en la radio la base de su canción “Maradona”.

ZÉ CARDA aparca en la esquina del bingo de la avenida Mediterránea y sale del coche. A unos 4 metros se encuentra la entrada del estudio de grabación, en el sexto piso del edificio. Entra al portal del estudio y sube al ascensor con expresión meditabunda mientras suena su voz en over:

ZÉ CARDA

(Con expresión meditabunda)

Nada es como crees que va a ser, el niño que un día fuiste quería ser el hombre que hoy eres y viceversa.

Todo se crea y se destruye desde lo material hasta el mundo de los sueños.

Siempre quise tocar las nubes, saborearlas como un algodón de azúcar.

Nunca dije nunca porque si digo nunca, nunca será siempre.

SEC. 2 INTERIOR. ESTUDIO GRABACIÓN. BURRIANA.

ZÉ CARDA entra en la sala de sonido y choca la mano con **D. BASTO**, su productor, un varón de 24 años, alto, delgado de complexión caucásica y tez blanca, que viste una sudadera Balr de color blanco con detalles rojos y unos vaqueros pitillo azul claro. Hablan sobre algunos detalles del álbum mientras ZÉ CARDA responde de forma nerviosa aunque mostrando confianza.

D.BASTO

(Tranquilo y afable)

¿Cómo va? ¿Lo tienes todo terminado?.

ZÉ CARDA

(Nervioso y confiado)

Bien “bro”, creo que va a quedar guapo. Hoy me las tiro de una.

D.BASTO

(Tranquilo y afable)

Como a mi me gusta. Dale niño.

ZÉ CARDA acomoda los cascos en su cabeza, coge su libreta y se posiciona ante el micro para empezar la grabación.

SEC 3. INTERIOR/EXTERIOR. TARDE/ANOCHECER. BURRIANA. (FLASHBACK)

ESCENA 3.1 EXTERIOR. TARDE. PLAYA

Suena la canción “Nasty boyz”

ZÉ CARDA tiene 14 años y va con 3 AMIGOS de su misma edad, todos visten bañador y chanclas. Montan en bicicletas bmx por el paseo de la playa de la Malvarrosa. Se tumban en la arena de la playa, que se encuentra desierta. NIÑO 1 tira arena de forma amistosa a NIÑO 2. NIÑA 3 y ZÉ CARDA se ríen de la situación. Todos miran las nubes entre risas y bromas.

ESCENA 3.2 INTERIOR. TARDE. TIENDA ULTRAMARINOS

ZÉ CARDA y sus tres amigos aún vestidos en bañador y chanclas, entran a robar a la tienda de ultramarinos. NIÑO 1 de 14 años, bajito, rubio y con pecas. Abre la nevera de las bebidas, coge 3 latas y las mete en la mochila. NIÑO 2, de 15 años, moreno, bajito y delgado distrae al **TENDERO**, un hombre mayor, de unos 50 años, bastante gordo. Lleva unas gafas rotas sujetas con cinta aislante, muestra un aspecto descuidado y viste con unos bermudas beige con una camiseta ocre de tirantes que no logra cubrir del todo su barriga. NIÑA 3, de 14 años, morena, alta y delgada, coge varias bolsas de patatas fritas. ZÉ CARDA coge unas bolsas de chuches. Los cuatro amigos salen corriendo del local.

Tras ellos sale el TENDERO intentando alcanzarlos, pero fatigado se para en la esquina de la calle consciente de que no conseguirá pararlos.

ESCENA 3.3 EXTERIOR. TARDE. CLUB NAÚTICO

NIÑO 2 intenta quitar la insignia de un BMW aparcado en la puerta del club. Mientras NIÑO 1 le roba los tapones al mismo coche. NIÑA 3 y ZÉ CARDA vigilan para que nadie se percate del delito mientras sueñan con pilotar coches de alta gama como ese algún día, imitando con gestos que se encuentran en el interior de los mismos.

ESCENA 3.4 EXTERIOR. TARDE. PARQUE.

ZÉ CARDA, se encuentra de pie encima de un banco mientras rapea muy excitado. NIÑO 2 improvisa “beatbox”. Todos ríen y hacen gestos de aprobación y desaprobación simulando estar en una batalla de gallos profesional.

ESCENA 3.5 EXTERIOR. ATARDECER. CAMPO DE TIERRA.

ZÉ CARDA juega con sus amigos al fútbol en un campo de tierra situado a las afueras del pueblo. Este lanza el balón y mete gol. Mientras NIÑO 1 se lanza al suelo para intentar pararlo. ZÉ CARDA para celebrarlo se tumba sobre él. Ambos se levantan riendo y se sacuden las rodillas manchadas de tierra.

ESCENA 3.6 EXTERIOR. ANOCHECER. AV. MEDITERRÁNEA. TIENDA DE MÚSICA.

Al anochecer ZÉ CARDA se despide de sus amigos chocando la mano. De camino a casa se fija en un escaparate que muestra videos promocionales de CHESTER BENNINGTON, un hombre de 36 años, delgado y alto de aspecto descuidado. Es el cantante principal de la banda de rock Linkin Park. En ellos sale endiosado y Zé Carda queda fascinado deseoso de llegar a ser como él algún día.

SEC 4. EXTERIOR/INTERIOR. ESTUDIO DE GRABACIÓN. AV. MEDITERRANEA, BURRIANA. (PRESENTE)

ESCENA 4.1. INTERIOR. ESTUDIO GRABACIÓN

ZE CARDA y D. BASTO se encuentran frente al ordenador, haciendo unos arreglos a la canción cuando deciden tomar un descanso. En ese momento llaman a D.BASTO por el móvil, se levanta de la silla y sale de la cabina.

ESCENA 4.2. EXTERIOR. TERRAZA ESTUDIO GRABACIÓN

ZÉ CARDA busca en su bolsillo la cajetilla de Fortuna, coge un cigarro, busca el mechero por la mesa y se lo enciende. La llamada es corta y D.BASTO entra en la habitación.

D.BASTO

(Triste y empático)

Era tu padre, quería saber de ti.

ZÉ CARDA

(Nervioso y enfadado)

¿Estas de coña?

D.BASTO

No bro'... ¿Cuánto hace que no habláis?

ZÉ CARDA

Pues desde que me fuí, no quiero saber nada de él.

D.BASTO suspira y se gira hacia la pantalla del ordenador, mientras ZÉ CARDA intenta evitar los dolorosos recuerdos que le provoca hablar de su padre.

ZÉ CARDA

¿Le damos o qué?

SEC. 5. EXTERIOR/INTERIOR. TARDE. CASA ZÉ CARDA. BURRIANA. (FLASHBACK)

ESCENA 5.1 INTERIOR. TARDE, DORMITORIO ZÉ CARDA.

Es 2014, ZÉ CARDA está sentado en el colchón de su cama, viste unos vaqueros y una sudadera roja, tras él hay un póster de la banda de rock Linkin Park. Mientras escucha a sus padres discutir, llora y escribe en su cuaderno una canción titulada “Tiempo”. Su **PADRE**, un hombre de 36 años musculoso, de tez blanca, vestido con traje irrumpe en la habitación, lo coge del brazo y lo arrastra hasta el salón.

ESCENA 5.2 INTERIOR. TARDE, SALÓN.

ZÉ CARDA entra al salón arrastrado por su PADRE. Allí se encuentra su **MADRE** una mujer de 35 años, delgada, de tez blanca vestida con un batín, sentada en el sofá con la mirada perdida. Parece estar bastante afectada por la situación. El PADRE le lanza el cuaderno a su esposa sobre las piernas y esta se sobresalta.

PADRE

(Enfadado y muy nervioso)

¡¿Te parece normal que nuestro hijo se pase el tiempo escribiendo tonterías?!
¡Así nunca llegará a ser alguien de provecho!

MADRE baja la mirada intentando evitar el conflicto. ZÉ CARDA le quita a su MADRE el cuaderno del regazo y se gira hacia su PADRE.

ZÉ CARDA

(Enfadado y llorando)

¡Eres un imbécil!

ZÉ CARDA abandona la casa. **Comienza a sonar el tema “Tiempo”.**

ESCENA 5.3. EXTERIOR. TARDE. AV. MEDITERRÁNEA.

Una vez en la calle, ZÉ CARDA mira hacia su ventana y aún escucha los gritos de sus padres. Empieza a correr por la Avenida Mediterránea tratando de escapar de la

situación. Por el camino advierte varias escenas urbanas. Un grupo de jóvenes fumando hierba en un banco, vestidos con chándal, algunos sin camiseta, cadenas y gorra. Un edificio en construcción en el que trabajan un grupo de obreros de origen rumano. Dos hombres ebrios peleando a las puertas de un bar. Aborto por la pelea, ZÉ CARDA está a punto de ser atropellado al cruzar en rojo un paso de cebra, pero esquiva el coche rápidamente. El conductor le grita e insulta por la ventanilla mientras vuelve a arrancar.

ESCENA 5.4. INTERIOR. TARDE. RESTAURANTE JOSÉ.

ZÉ CARDA llega al bar donde se suelen reunir sus amigos para desahogarse y contarles lo ocurrido, pero al entrar ve en el telediario la noticia del suicidio de su artista favorito, Chester Bennington. Al conocer la noticia ZÉ CARDA abandona el bar apresuradamente.

ESCENA 5.5. EXTERIOR. ANOCHECER. PLAYA DE LA MALVARROSA.

ZÉ CARDA entra a la playa, llega a unos espigones, y se sienta. Saca su cuaderno y mientras llora la muerte de su artista favorito, continúa escribiendo.

SECUENCIA 6. INTERIOR. SALA DE GRABACIÓN. BURRIANA. (PRESENTE)

ESCENA 6.1 INTERIOR. TARDE. SALA DE GRABACIÓN.

Las imágenes aparecen con menor calidad enmarcadas en el interface de instagram. ZÉ CARDA y D. BASTO se graban presentando la nueva canción cuya base se oye de fondo.

ZÉ CARDA

(Sonriente)

Este es el nuevo tema Tiempo, lo hemos hecho con mucho cariño.

D.BASTO

(Triste y empático)

¡Esperamos que os guste gente!

ESCENA 6.2 INTERIOR. TARDE. SALA DE GRABACIÓN.

ZÉ CARDA y D. BASTO se encuentran frente de la pantalla del pc tratando de arreglar algunos detalles sobre el tema que acaban de grabar. Llega una notificación al móvil y ZÉ CARDA lo coge. Es **MARÍA** la ex de ZÉ CARDA una chica atractiva de unos 22 años, de tez blanca, pelo castaño y mediana estatura.

MARÍA

(Vía mensaje de Instagram)

Emoticonos de fuego

Hey ¿Cómo estás? Te echo de menos...

ZÉ CARDA deja el mensaje en visto y no responde. Guarda el móvil en su bolsillo y se pone los cascos.

SEC. 7 EXTERIOR/INTERIOR. INSTITUTO JAIME I. BURRIANA. (FLASHBACK)

ESCENA 7.1 INTERIOR. DÍA. INSTITUTO JAIME I.

ZÉ CARDA vestido con una sudadera negra de Nike a juego con los pantalones de chándal, está sentado en su pupitre al fondo de la clase. En ese momento entra MARÍA por la puerta, vestida con unos shorts negros y una sudadera gris de Adidas. **BRYAN**, un chico negro, alto y atractivo vestido con unos pantalones cortos de baloncesto y una sudadera de los *Lakers* se acerca a MARÍA.

BRYAN

(Seguro y seductor)

¡María! ¿Siéntate aquí conmigo no?

MARÍA se dirige hacia su pupitre mientras BRYAN mira a ZÉ CARDA con prepotencia y ríe. MARÍA mira a ZÉ CARDA con tristeza y este abre su cuaderno. En él vemos la canción de “Tiempo” terminada, pasa la página y escribe en el primer renglón el título “Ya no sé”.

Comienza a sonar el tema “Ya no sé”.

ESCENA 7.2 INTERIOR. DÍA. INSTITUTO JAIME I.

Suena la campana y los estudiantes salen al pasillo. ZÉ CARDA se cruza con su ex MARÍA, se paran uno frente al otro y se sonríen tímidamente. BRYAN se da cuenta de la situación y le da un empujón a ZÉ CARDA mientras lo mira sonriendo con prepotencia.

Los estudiantes, que se encuentran en el pasillo, entran en las clases mientras ZÉ CARDA se dirige a contracorriente hacia la salida del instituto. En ese momento aparece un **PROFESOR** vestido con un jersey de punto negro y un pantalón de pinzas beige, que con cara de enfado, le intenta detener. ZÉ CARDA sale corriendo, se gira y le saca el dedo anular.

ESCENA 7.3 EXTERIOR. DÍA. EXTERIORES INSTITUTO JAIME I.

ZÉ CARDA se encuentra en un descampado frente al centro de estudios. Se sienta en un banco, saca su libreta de la mochila y continúa escribiendo.

ESCENA 7.4 EXTERIOR. DÍA. EXTERIORES INSTITUTO JAIME I.

Suena el timbre y los estudiantes salen del instituto. MARÍA y BRYAN salen de la mano y tras unos pasos se besan. ZÉ CARDA los observa incrédulo desde el descampado. Su semblante se vuelve serio, cierra el cuaderno, lo guarda en la mochila y se va hacia su casa.

SEC. 8 INTERIOR. BURRIANA. (PRESENTE)

ESCENA 8.1 INTERIOR. ANOCHECER. ESTUDIO DE GRABACIÓN.

ZÉ CARDA canta el final de la canción “Ya no sé” frente al micrófono. Al terminar sonríe a D. BASTO y se quita los cascos. Mientras D. BASTO cierra pestañas en el ordenador, ZÉ CARDA recoge el cable del micrófono.

ZÉ CARDA

Ves mandandome los temas y vamos viendo, seguro que queda de puta madre.

D. BASTO

(Riendo)

Primero que estén todas las voces bien, no te emociones Kurt Cobain.

ZÉ CARDA

(Riendo y confiado)

Confío en tí, mone a celebrarlo.

ZÉ CARDA y D. BASTO chocan la mano.

SEC. 9 EXTERIOR/INTERIOR. PUB LA HABANA. ESCAPARATE TIENDA MÚSICA, BURRIANA.

ESCENA 9.1 INTERIOR. NOCHE. ZONA VIP, PUB LA HABANA.

ZÉ CARDA y D. BASTO están sentados junto a unos amigos en un sofá de cuero blanco de la zona vip de la discoteca. Se acerca a ellos EMMA, una chica morena de estatura media, que lleva un vestido de estampado de serpiente ajustado, una coleta alta y pendientes de aros. ZÉ CARDA le pasa la manguera de la *shisha* a D.BASTO y se queda mirando seductoramente a la desconocida.

EMMA

(Con seguridad)

¿Te vienes a bailar?

Comienza a sonar el tema “Modelo”.

ZÉ CARDA sonríe y se levanta del sofá. En una mano sujeta su copa y con la otra rodea a la chica por la cintura. Caminan hacia la pista de baile, ZÉ CARDA se gira y le guiña un ojo a sus amigos.

Mientras AMIGO 1 y 2 se preparan una copa, AMIGO 3 y D.BASTO se hacen un video para Instagram. Todos ríen, beben y fuman cachimba.

Mientras tanto, ZÉ CARDA y EMMA se encuentran en la pista de baile. La chica se suelta el pelo y ambos bailan al ritmo de la música. A su alrededor la gente baila y se divierte. El dj se baja los cascos y alza la mano animando al público.

ESCENA 9.2 INTERIOR. NOCHE. BARRA, PUB LA HABANA.

ZÉ CARDA y EMMA están frente a la barra. El CAMARERO vestido con camisa negra se acerca a ellos. ZÉ CARDA le pide dos chupitos de tequila y sonríe a EMMA. EL CAMARERO les saca los chupitos, que llevan una rodaja de limón encima, y les acerca el salero. EMMA coge la mano de ZÉ CARDA, la lame y esparce la sal en ella. Al momento, coge el limón y lo pone en la boca de ZÉ CARDA. Acto seguido se bebe el chupito, lame la sal de la mano y muerde el limón de la boca de ZÉ CARDA. Se enrollan.

D.BASTO y sus amigos se acercan a la barra y se encuentran a ZÉ CARDA con EMMA. D.BASTO le da una palmada en la espalda y hace un gesto con la mano pidiendo otra ronda. El camarero asiente y les sirve chupitos para todos. Todos brindan y se los beben.

ESCENA 9.3 EXTERIOR. AMANECER. SALIDA PUB LA HABANA.

Ya amaneciendo ZÉ CARDA y sus amigos se despiden a las puertas de la discoteca chocando las manos. ZÉ CARDA, un poco ebrio, se va calle abajo. En ese instante recibe una notificación, coge el teléfono y la mira.

MARÍA
(Mensaje de texto)
¿Estás?

ZÉ CARDA sin contestar, guarda el móvil.

SEC. 10 EXTERIOR. AV. MEDITERRÁNEA, BURRIANA.

Mientras busca su coche, pasa por delante del escaparate de una pequeña tienda de música donde de pequeño se paraba siempre a mirar los nuevos discos de los artistas del momento. Ahora solo quedan algunos muebles viejos y carteles anunciando cd's. Cuando está a punto de irse logra ver a través del escaparate un antiguo póster de Linkin Park. ZÉ CARDA se mira en el reflejo del escaparate y ve al niño pequeño que un día fué, sonriéndole al lado del cantante de su grupo favorito. Esboza media sonrisa, consciente de que aún queda un largo camino por recorrer.

SEC. 11 EXTERIOR/INTERIOR. BURRIANA.

ESCENA 11.1 INTERIOR. AMANECER. COCHE.

ZÉ CARDA conduce su coche Peugeot 207 plateado. Enciende la radio y sube el volumen.

Comienza a sonar el tema “Maradona”.

ZÉ CARDA canta su tema mientras conduce. Sonríe. Mira por el retrovisor, cambia la marcha y gira el volante. Coge el paquete de Fortuna que hay sobre el asiento del copiloto. Coge un cigarro y se lo pone en los labios. Busca el mechero en sus bolsillos. Manteniendo la mirada en la carretera se enciende el cigarro. Aparca el coche frente a un mirador donde podemos ver el mar y el amanecer sobre él.

ESCENA 11.1 EXTERIOR. AMANECER. MIRADOR PLAYA.

ZÉ CARDA se sitúa frente al mar mientras canta “Maradona”.

7.2. Guión técnico

SEC.1 EXTERIOR/INTERIOR. AV. MEDITERRANEA, BURRIANA.

1. PM.

Año 2020. ZÉ CARDA varón de 22 años de mediana estatura, delgado de complexión caucásica y tez blanca, vestido con una sudadera negra con un dragón blanco estampado en la espalda, una cadena de color plata colgada del cuello y unos pantalones ajustados tipo “pitillo” de color negro, gorra color marrón arena y zapatillas Adidas negras. Conduce su coche, un peugeot 207 plateado, mientras escucha en la radio su canción “Maradona”.

2. PG.

ZÉ CARDA aparca en la esquina del bingo de la avenida Mediterránea.

3. PM.

ZÉ CARDA sale del coche.

4. PG.

A unos 4 metros se encuentra la entrada del estudio de grabación, en el sexto piso del edificio.

5. PA.

Entra al portal del estudio.

6. PM. Contrapicado.

ZÉ CARDA sube al ascensor con expresión meditabunda mientras suena su voz en over:

ZÉ CARDA

(Con expresión meditabunda)

Nada es como crees que va a ser, el niño que un día fuiste quería ser el hombre que hoy eres y viceversa.

Todo se crea y se destruye desde lo material hasta el mundo de los sueños.

Siempre quise tocar las nubes, saborearlas como un algodón de azúcar.
Nunca dije nunca porque si digo nunca, nunca será siempre.

SEC. 2 INTERIOR. ESTUDIO GRABACIÓN. BURRIANA.

7. PGC.

ZÉ CARDA entra en la sala de sonido y choca la mano con **D. BASTO**, su productor, un varón de 24 años, alto, delgado de complexión caucásica y tez blanca, que viste una sudadera Balr de color blanco con detalles rojos y unos vaqueros pitillo azul claro.

8. PP.

Hablan sobre algunos detalles del álbum mientras ZÉ CARDA responde de forma nerviosa aunque mostrando confianza.

D.BASTO

(Tranquilo y afable)

¿Cómo va? ¿Lo tienes todo terminado?.

9. PP EN CONTRAPLANO.

ZÉ CARDA

(Nervioso y confiado)

Bien “bro”, creo que va a quedar guapo. Hoy me las tiro de una.

10. PP.

D.BASTO

(Tranquilo y afable)

Como a mi me gusta. Dale niño.

11. PD.

ZÉ CARDA acomoda los cascos en su cabeza.

12. PD.

ZÉ CARDA coge su libreta.

13. PMC.

ZÉ CARDA se posiciona ante el micro para empezar la grabación.

SEC 3. INTERIOR/EXTERIOR. TARDE/ANOCHECER. BURRIANA. (FLASHBACK)

ESCENA 3.1 EXTERIOR. TARDE. PLAYA

14. GPG. SEGUIMIENTO CENITAL.

ZÉ CARDA tiene 14 años y va con 3 AMIGOS de su misma edad, todos visten bañador y chanclas. Montan en bicicletas bmx por el paseo de la playa de la Malvarrosa.

Comienza a sonar *Nasty Boyz*

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: NASTY BOYZ)

Chicos Nasty Yeah, Chicos Nasty...x2

15. PE. PICADO.

Se tumban en la arena de la playa, que se encuentra desierta.

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: NASTY BOYZ)

Zé Carda, D. Basto.

16. PM.

NIÑO 1 tira arena de forma amistosa a NIÑO 2.

17. PA.

NIÑA 3 y ZÉ CARDA se ríen de la situación.

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: NASTY BOYZ)

Chicos Nasty flexeando en el party

18. PE

Todos miran las nubes entre risas y bromas.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: NASTY BOYZ)
Rodando la movie, soñando bugatti

ESCENA 3.2 INTERIOR. TARDE. TIENDA ULTRAMARINOS

19. PG. PANEÓ VERTICAL.

ZÉ CARDA y sus tres amigos aún vestidos en bañador y chanclas, entran a robar a la tienda de ultramarinos.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: NASTY BOYZ)
Pisando las nubes entrando de gratis

20. PA

NIÑO 1 de 14 años, bajito, rubio y con pecas. Abre la nevera de las bebidas, coge 3 latas y las mete en la mochila.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: NASTY BOYZ)
Cogiendo mujeres promos por las capis

21. PM

NIÑO 2, de 15 años, moreno, bajito y delgado distrae al **TENDERO**, un hombre mayor, de unos 50 años, bastante gordo.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: NASTY BOYZ)
Sacan pasta pa' ayudar en casa,

22. PA.

Lleva unas gafas rotas sujetas con cinta aislante, muestra un aspecto descuidado y viste con unos bermudas beige con una camiseta ocre de tirantes que no logra cubrir del todo su barriga.

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: NASTY BOYZ)

Porque a veces cuesta y la mama las pasa

23. PP.

NIÑA 3, de 14 años, morena, alta y delgada, coge varias bolsas de patatas fritas.

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: NASTY BOYZ)

Por eso llevamo' a cuestras todo lo que pasa

24. PML.

ZÉ CARDA coge unas bolsas de chuches.

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: NASTY BOYZ)

Colarnos por la venta levantar la plaza

25. PA. TRAVELING HORIZONTAL.

Los cuatro amigos salen corriendo del local.

26. PM. SEGUIMIENTO.

Tras ellos sale el TENDERO intentando alcanzarlos, pero fatigado se para en la esquina de la calle consciente de que no conseguirá pararlos.

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: NASTY BOYZ)

Chicos Nasty Yeah, Chicos Nasty...x2

ESCENA 3.3 EXTERIOR. TARDE. CLUB NAÚTICO

27. PA.

NIÑO 2 intenta quitar la insignia de un BMW aparcado en la puerta del club.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: NASTY BOYZ)
Chicos Nasty flexeando en el party

28. PP.

Mientras NIÑO 1 le roba los tapones al mismo coche.

29. PML.

NIÑA 3 y ZÉ CARDA vigilan para que nadie se percate del delito mientras sueñan con pilotar coches de alta gama como ese algún día, imitando con gestos que se encuentran en el interior de los mismos.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: NASTY BOYZ)
Rodando la movie, soñando Bugatti
Pisando las nubes entrando de gratis
cogiendo mujeres promos por las capis

ESCENA 3.4 EXTERIOR. TARDE. PARQUE.

30. PM. PICADO.

ZÉ CARDA, se encuentra de pie encima de un banco mientras rapea muy excitado.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: NASTY BOYZ)
Sacan pasta pa' ayudar en casa,

31. PP.

NIÑO 2 improvisa "beatbox".

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: NASTY BOYZ)
Porque a veces cuesta y la mama las pasa

32. PG

Todos ríen y hacen gestos de aprobación y desaprobación simulando estar en una batalla de gallos profesional.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: NASTY BOYZ)

Por eso llevamo' a cuestras todo lo que pasa

ESCENA 3.5 EXTERIOR. ATARDECER. CAMPO DE TIERRA.

33. PG. CENITAL.

ZÉ CARDA juega con sus amigos al fútbol en un campo de tierra situado a las afueras del pueblo.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: NASTY BOYZ)

Colarnos por la venta levantar la plaza

34. PM.

ZÉ CARDA lanza el balón y mete gol, mientras NIÑO 1 se lanza al suelo para intentar pararlo, ZÉ CARDA para celebrarlo se tumba sobre él.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: NASTY BOYZ)

¡Olé...!

No se ni porque, dejé de tener fé...

Todo lo abandoné...

35. PA.

Ambos se levantan riendo y se sacuden las rodillas manchadas de tierra.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: NASTY BOYZ)

Pero he vuelto para hacerlo eterno (Ei)

ESCENA 3.6 EXTERIOR. ANOCHECER. AV. MEDITERRÁNEA. TIENDA DE MÚSICA.

36. PM.

Al anochecer ZÉ CARDA se despide de sus amigos chocando la mano.

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: NASTY BOYZ)

Me deslizo palpitando es un veneno (veneno)

37. PA

De camino a casa ZÉ CARDA se fija en un escaparate.

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: NASTY BOYZ)

Toda la sala está bailando va sin freno (va sin freno)

38. PD.

En el escaparate se muestran videos promocionales de CHESTER BENNINGTON, un hombre de 36 años, delgado y alto de aspecto descuidado. Es el cantante principal de la banda de rock Linkin Park. En ellos sale endiosado.

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: NASTY BOYZ)

Están prendiendo ese mechero queroseno (queroseno)

39. PP.

Zé Carda queda fascinado deseoso de llegar a ser como él algún día.

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: NASTY BOYZ)

Yo hago que los problemas estén en 0 (estén en 0)

Chicos Nasty Yeah, Chicos Nasty...

SEC 4. EXTERIOR/INTERIOR. ESTUDIO DE GRABACIÓN. AV. MEDITERRANEA, BURRIANA. (PRESENTE)

ESCENA 4.1. INTERIOR. ESTUDIO GRABACIÓN

40. PM.

ZE CARDA y D. BASTO se encuentran frente al ordenador, haciendo unos arreglos a la canción cuando deciden tomar un descanso.

41. PD.

En ese momento llaman a D.BASTO por el móvil.

42. PG.

Se levanta de la silla y sale de la cabina.

ESCENA 4.2. EXTERIOR. TERRAZA ESTUDIO GRABACIÓN

43. PD.

ZÉ CARDA busca en su bolsillo la cajetilla de Fortuna, coge un cigarro.

44. PD.

Busca el mechero por la mesa.

45. PP.

Se enciende el cigarro.

46. PG.

La llamada es corta y D.BASTO entra en la habitación.

47. PM

D.BASTO

(Triste y empático)

Era tu padre, quería saber de ti.

48. PM. EN CONTRAPLANO.

ZÉ CARDA

(Nervioso y enfadado)

¿Estas de coña?

49. PM

D.BASTO

No bro'... ¿Cuánto hace que no habláis?

50. PM. EN CONTRAPLANO.

ZÉ CARDA

Pues desde que me fuí, no quiero saber nada de él.

51. PP.

D.BASTO suspira y se gira hacia la pantalla del ordenador.

52. PP

Mientras ZÉ CARDA intenta evitar los dolorosos recuerdos que le provoca hablar de su padre.

ZÉ CARDA

¿Le damos o qué?

SEC. 5. EXTERIOR/INTERIOR. TARDE. CASA ZÉ CARDA. BURRIANA. (FLASHBACK).

ESCENA 5.1 INTERIOR. TARDE, DORMITORIO ZÉ CARDA.

53. PG. CONTRAPICADO.

Es 2014, ZÉ CARDA está sentado en el colchón de su cama, viste unos vaqueros y una sudadera roja, tras él hay un póster de la banda de rock Linkin Park. Mientras escucha a sus padres discutir, llora.

54. PD.

Escribe en su cuaderno una canción titulada “Tiempo”.

55. PM.

Su **PADRE**, un hombre de 36 años musculoso, de tez blanca, vestido con traje irrumpe en la habitación, lo coge del brazo y lo arrastra hasta el salón.

ESCENA 5.2 INTERIOR. TARDE, SALÓN.

56. PG. PANEÓ HORIZONTAL.

ZÉ CARDA entra al salón arrastrado por su **PADRE**. Allí se encuentra su **MADRE** una mujer de 35 años, delgada, de tez blanca vestida con un batín, sentada en el sofá con la mirada perdida. Parece estar bastante afectada por la situación.

57. PM.

El **PADRE** le lanza el cuaderno a su esposa sobre las piernas y esta se sobresalta.

PADRE

(Enfadado y muy nervioso)

¿Te parece normal que nuestro hijo se pase el tiempo escribiendo tonterías?!

¡Así nunca llegará a ser alguien de provecho!

58. PP.

MADRE baja la mirada intentando evitar el conflicto.

59. PM.

ZÉ CARDA le quita a su MADRE el cuaderno del regazo y se gira hacia su PADRE.

60. PML

ZÉ CARDA abandona la casa.

Comienza a sonar el tema “Tiempo”.

ESCENA 5.3. EXTERIOR. TARDE. AV. MEDITERRÁNEA.

61. PA

Una vez en la calle, ZÉ CARDA mira hacia su ventana y aún escucha los gritos de sus padres.

62. PG.

Empieza a correr por la Avenida Mediterránea tratando de escapar de la situación.

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: TIEMPO)

¿Que es el dinero sino tiempo? (tiempo)

¿Que es el tiempo sin dinero? (sin dinero)

Todos curran como mineros (como mineros)

Pa' cavar dentro el agujero (Yo)

63. PML. TRAVELING HORIZONTAL.

Por el camino advierte varias escenas urbanas. Un grupo de jóvenes fumando hierba en un banco, vestidos con chándal, algunos sin camiseta, cadenas y gorra.

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: TIEMPO)

Putas esto estaba previsto no es derrama

Cuando estoy con una piva la otra llama

64. PG.

Un edificio en construcción en el que trabajan un grupo de obreros de origen rumano.

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: TIEMPO)

Quieres el vicio por la cara, estando en casa
Tirando la moneda siempre sale cara

65. PA.

Dos hombres ebrios peleando a las puertas de un bar.

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: TIEMPO)

De estar callao se te han pegao' los labios
Te has limitao' a sábados de Larios

66. PM.

Absorto por la pelea, ZÉ CARDA está a punto de ser atropellado al cruzar en rojo un paso de cebra, pero esquiva el coche rápidamente.

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: TIEMPO)

Quan más drogao' más *easy change* artículos
De su culo soy reo de sus actos un discípulo

67. PG.

El conductor le grita e insulta por la ventanilla mientras vuelve a arrancar.

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: TIEMPO)

La peña va pal' "peri" no pal' médico
Se está volviendo *crazy* el niño y el motor

ESCENA 5.4. INTERIOR. TARDE. RESTAURANTE JOSÉ.

68. PA.

ZÉ CARDA llega al bar donde se suelen reunir sus amigos para desahogarse y contarles lo ocurrido.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: TIEMPO)
Si no va acelerao' es que no va el rotor
Y si voy a 200 no hay na' en el retrovisor...

69. PD. CONTRAPICADO.

Al entrar ve en el telediario la noticia del suicidio de su artista favorito, Chester Bennington.

70. PM. TRAVELING HORIZONTAL.

Al conocer la noticia ZÉ CARDA abandona el bar apresuradamente.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: TIEMPO)
Sólo escucho tic-tac, tic-tac x2
No seré uno más, yo voy a ser un *gamechanger*
Me va a gustar más, si en la pega pone *danger*
Así que quizá mañana no vas a verme
Y mueres por verme, loca mueres por verme (Yo lo sé)

ESCENA 5.5. EXTERIOR. ANOCHECER. PLAYA DE LA MALVARROSA.

71. PG. TRAV. ATRÁS

ZÉ CARDA entra a la playa, llega a unos espigones, y se sienta.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: TIEMPO)
No seré uno más, yo voy a ser un *gamechanger*
Me va a gustar más, si en la pega pone *danger*
Así que quizá mañana no vas a verme
Y mueres por verme, loca mueres por verme (Yo lo sé)

72. PM. PICADO. ZOOM OUT.

Saca su cuaderno y mientras llora la muerte de su artista favorito, continúa escribiendo.

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: TIEMPO)

Jugando en la street coloco goles de Messi
 Esa piba es pa' mi, loco ya me llama "Nesi"
 Vivo la de "It" dirigida a lo Scorsese
 Estamos *all in* (Pese a quien le pese)
 Dando a la ruleta loco no va más (no va más)
 Tu en el dique seco yo en el novamás (novamás)
 Trajiste ese chaleco pero voy con gas (voy con gas)
 De una te salvas viejo de dos no podrás (no podrás)

SECUENCIA 6. INTERIOR. SALA DE GRABACIÓN. BURRIANA. (PRESENTE)

ESCENA 6.1 INTERIOR. TARDE. SALA DE GRABACIÓN.

73. PM.

Las imágenes aparecen con menor calidad enmarcadas en el interface de instagram. ZÉ CARDA y D. BASTO se graban presentando la nueva canción cuya base se oye de fondo.

ZÉ CARDA

(Sonriente)

Este es el nuevo tema Tiempo, lo hemos hecho con mucho cariño.

D.BASTO

(Triste y empático)

¡Esperamos que os guste gente!

ESCENA 6.2 INTERIOR. TARDE. SALA DE GRABACIÓN.

74. PA

ZÉ CARDA y D. BASTO se encuentran frente de la pantalla del pc tratando de arreglar algunos detalles sobre el tema que acaban de grabar.

75. PP. Se inserta junto a ZÉ CARDA el mensaje.

Llega una notificación al móvil y ZÉ CARDA lo coge. Es **MARÍA** la ex de ZÉ CARDA una chica atractiva de unos 22 años, de tez blanca, pelo castaño y mediana estatura.

MARÍA

(Mensaje de Instagram)

Emoticonos de fuego

Hey ¿Cómo estás? Te echo de menos...

ZÉ CARDA deja el mensaje en visto y no responde.

76. PD.

Guarda el móvil en su bolsillo.

77. PP.

ZÉ CARDA se pone los cascos.

**SEC. 7 EXTERIOR/INTERIOR. INSTITUTO JAIME I. BURRIANA.
(FLASHBACK)**

ESCENA 7.1 INTERIOR. DÍA. INSTITUTO JAIME I.

78. PM. PICADO.

ZÉ CARDA vestido con una sudadera negra de Nike a juego con los pantalones de chándal, está sentado en su pupitre al fondo de la clase.

79. PA. CONTRAPICADO

En ese momento entra MARÍA por la puerta, vestida con unos shorts negros y una sudadera gris de Adidas.

80. PA.

BRYAN, un chico negro, alto y atractivo vestido con unos pantalones cortos de baloncesto y una sudadera de los *Lakers* se acerca a MARÍA.

BRYAN

(Seguro y seductor)

¡María! ¿Siéntate aquí conmigo no?

81. PM.

MARÍA se dirige hacia su pupitre.

82. PP.

Mientras, BRYAN mira a ZÉ CARDA con prepotencia y ríe.

83. PP.

MARÍA mira a ZÉ CARDA con tristeza.

84. PD.

ZÉ CARDA abre su cuaderno, en él vemos la canción de “Tiempo” terminada, pasa la página y escribe en el primer renglón el título “Ya no sé”.

ESCENA 7.2 INTERIOR. DÍA. INSTITUTO JAIME I.

Comienza a sonar el tema “Ya no sé”.

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: YA NO SÉ)

Y ya no sé si voy a caer, si voy a caer

Si de perderme me encontré

o al final me equivoqué

85. PD.

Suena la campana.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: YA NO SÉ)
Yo ya no sé, ya no sé, ya no sé
Si me va a ir bien, o si tal vez...

86. PG.

Los estudiantes salen al pasillo.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: YA NO SÉ)
Sé que te da todo igual
que no quieres saber nada de nadie

87. PM.

ZÉ CARDA se cruza con su ex MARÍA, se paran uno frente al otro y se sonríen tímidamente.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: YA NO SÉ)
Y que también, me quieres
Pero no vas a decirle nada a nadie

88. PA.

BRYAN se da cuenta de la situación y le da un empujón a ZÉ CARDA.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: YA NO SÉ)
porque yo siempre he sido ese don nadie
porque tú has sido la guapa de la clase
y yo sé que a más de uno le daría lache

89. PP.

ZÉ CARDA mientras lo mira sonriendo con prepotencia.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: YA NO SÉ)
lo que te estoy escribiendo lo que te canto
porque ya no sé, ya no sé (Yeah)

90. PG.

Los estudiantes, que se encuentran en el pasillo, entran en las clases.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: YA NO SÉ)
Solo se que te fallé
Que ya perdimos el tren

91. PML. TRAVELING SEGUIMIENTO.

Mientras ZÉ CARDA se dirige a contracorriente hacia la salida del instituto.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: YA NO SÉ)
Que al final yo me equivoqué
pero sabes que no va a salir to' bien.

92. PA.

En ese momento aparece un **PROFESOR** vestido con un jersey de punto negro y un pantalón de pinzas beige, que con cara de enfado, le intenta detener.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: YA NO SÉ)
Y ya no sé si voy a caer, si voy a caer

93. PMC.

ZÉ CARDA sale corriendo, se gira y le saca el dedo anular.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: YA NO SÉ)

Si de perderme me encontré
o al final me equivoqué

ESCENA 7.3 EXTERIOR. DÍA. EXTERIORES INSTITUTO JAIME I.

94. PG. PICADO.

ZÉ CARDA se encuentra en un descampado frente al centro de estudios.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: YA NO SÉ)
Yo ya no sé, ya no sé, ya no sé
Si me va a ir bien, o si tal vez...

95. PM.

Se sienta en un banco.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: YA NO SÉ)
Me acuerdo años atrás
Cuando me comías la boca sin pensar en que dirán, que será

96. PP.

Saca su libreta de la mochila.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: YA NO SÉ)
Cuando te quité la ropa y no sabíamos ni hablar

97 PD.

Y continúa escribiendo.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: YA NO SÉ)
Cuando me decías tú eres mío nada más

ESCENA 7.4 EXTERIOR. DÍA. EXTERIORES INSTITUTO JAIME I.

98. PG. CENITAL.

Suena el timbre y los estudiantes salen del instituto.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: YA NO SÉ)
Dime tu ahora dónde estás

99. PP. (SUBJETIVO)

MARÍA y BRYAN salen de la mano y tras unos pasos se besan.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: YA NO SÉ)
Dime porque ahora no me vees

100. PM. ZOOM IN

ZÉ CARDA los observa incrédulo desde el descampado.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: YA NO SÉ)
Dime porque ahora tu te vas

101. PP.

Su semblante se vuelve serio.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: YA NO SÉ)
Si bebé nos quedará el ayer

102. PD. PANEÓ HORIZONTAL.

Cierra el cuaderno y lo guarda en la mochila.

103. PA. TRAVELING HORIZONTAL.

ZÉ CARDA se va hacia su casa.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: YA NO SÉ)
Si siempre me vas a recordar...

SEC. 8 INTERIOR. BURRIANA. (PRESENTE)

ESCENA 8.1 INTERIOR. ANOCHECER. ESTUDIO DE GRABACIÓN.

104. PP.

ZÉ CARDA canta el final de la canción “Ya no sé” frente al micrófono.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: YA NO SÉ)
Solo se que te fallé
Que ya perdimos el tren
Que al final yo me equivoqué
pero sabes que no va a salir to' bien.

105. PM.

Al terminar sonríe a D. BASTO y se quita los cascos.

106. PMC.

Mientras D. BASTO cierra pestañas en el ordenador.

107. PG.

ZÉ CARDA recoge el cable del micrófono.

ZÉ CARDA
Ves mandandome los temas y vamos viendo, seguro que queda de puta madre.

D. BASTO
(Riendo)
Primero que estén todas las voces bien, no te emociones Kurt Cobain.

ZÉ CARDA
(Riendo y confiado)
Confío en tí, mone a celebrarlo.

108. PM.

ZÉ CARDA y D. BASTO chocan la mano.

**SEC. 9 EXTERIOR/INTERIOR. PUB LA HABANA. ESCAPARATE
TIENDA MÚSICA, BURRIANA.**

ESCENA 9.1 INTERIOR. NOCHE. ZONA VIP, PUB LA HABANA.

109. PM. ZOOM IN.

ZÉ CARDA y D. BASTO están sentados junto a unos amigos en un sofá de cuero blanco de la zona vip de la discoteca.

110. PP. TRAVELING SEGUIMIENTO y TRAVELING VERTICAL.

Se acerca a ellos EMMA, una chica morena de estatura media, que lleva un vestido de estampado de serpiente ajustado, una coleta alta y pendientes de aros.

111. PMC. TRAVELING HORIZONTAL.

ZÉ CARDA le pasa la manguera de la *shisha* a D.BASTO y se queda mirando seductoramente a la desconocida.

112. PP.

EMMA
(Con seguridad)
¿Te vienes a bailar?

Comienza a sonar el tema “Modelo”.

113. PMC.

ZÉ CARDA sonríe y se levanta del sofá.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: MODELO)
Ella luce como modelo (Eh, Modelo)
pero cuando se suelta el pelo

114. PD.

En una mano sujeta su copa y con la otra rodea a la chica por la cintura.

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: MODELO)

creo que yo me muero (Eh, Me muero)
como gata loco ella me tiene en celo

115. PA. TRAVELING HORIZONTAL.

Caminan hacia la pista de baile, ZÉ CARDA se gira y le guiña un ojo a sus amigos.

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: MODELO)

Ella luce como modelo, abusa
Suen reggaeton no quiere U.S.A
Me mira entero, ella es veneno
Quedé de piedra, como Medusa.

116. PM.

Mientras AMIGO 1 y 2 se preparan una copa.

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: MODELO)

¡Ai! Mira mami esta es la que hay
¡Ai! A ti te dejaba en replay
¡Ei! Suena Z comentario y like
¡Ei! Esa ratxet me quiere matar.

117. PM.

AMIGO 3 y D.BASTO se hacen un video para Instagram.

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: MODELO)

Las manos arriba y Trá, trá, trá
Esta noche voy ciego de más
Más, más, más, más, más.

118. PG.

Todos ríen, beben y fuman cachimba.

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: MODELO)

¡Ai! Mira mami esta es la que hay
sueno en el estudio yo no quiero trabajar

119. PG.

Mientras tanto, ZÉ CARDA y EMMA se encuentran en la pista de baile.

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: MODELO)

Su cora yo me estudio y lo voy a trabajar
saco varios miles pa que lo pueda cantar (y contar).
Esta mis rimando pa' vivir la vida que son dos ratos
La vida es pa' vivirla porque no puedes repetirla.

120. PMC.

La chica se suelta el pelo y ambos bailan al ritmo de la música.

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: MODELO)

Ella luce como modelo (Eh, Modelo)
pero cuando se suelta el pelo
creo que yo me muero (Eh, Me muero)
como gata loco ella me tiene en celo

121. PG.

A su alrededor la gente baila y se divierte.

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: MODELO)

Ella luce como modelo, abusa
Suena reggaeton no quiere U.S.A

122. PM.

El dj se baja los cascos y alza la mano animando al público.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: MODELO)
Me mira entero, ella es veneno
Quedé de piedra, como Medusa.

ESCENA 9.2 INTERIOR. NOCHE. BARRA, PUB LA HABANA.

123. PM.

ZÉ CARDA y EMMA están frente a la barra.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: MODELO)
¡Ai! Mira mami esta es la que hay
*¡Ai! A ti te dejaba en *replay**

124. PMC

El CAMARERO vestido con camisa negra se acerca a ellos.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: MODELO)
¡Ei! Suena Z comentario y like

125. PM

ZÉ CARDA le pide dos chupitos de tequila y sonrío a EMMA.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: MODELO)
¡Ei! Esa ratxet me quiere matar.

126. PD. TRAVELING HORIZONTAL.

EL CAMARERO les saca los chupitos, que llevan una rodaja de limón encima, y les acerca el salero.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: MODELO)
Mueve ese culo pa' bajo, pa' bajo, pa' bajo

127. PP. PICADO

EMMA coge la mano de ZÉ CARDA, la lame y esparce la sal en ella.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: MODELO)
Esta noche yo me paso, me paso, me paso

128. PM.

Acto seguido se bebe el chupito, lame la sal de la mano y muerde el limón de la boca de ZÉ CARDA.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: MODELO)
¡Ai! Mira mami esta es la que hay
sueno en el estudio yo no quiero trabajar

129. PP.

Se enrollan.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: MODELO)
Su cora yo me estudio y lo voy a trabajar
saco varios miles pa que lo pueda cantar (y contar).
D.Basto ponme los coros (Yeah)

130. PA.

D.BASTO y sus amigos se acercan a la barra y se encuentran a ZÉ CARDA con EMMA.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: MODELO)
Ella luce como modelo (Eh, Modelo)
pero cuando se suelta el pelo

131. PM.

D.BASTO le da una palmada en la espalda y hace un gesto con la mano pidiendo otra ronda.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: MODELO)
creo que yo me muero (Eh, Me muero)
como gata loco ella me tiene en celo.

132. PMC.

El camarero asiente y les sirve chupitos para todos.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: MODELO)
Ella luce como modelo (Eh, Modelo)
pero cuando se suelta el pelo

133. PM.

Todos brindan y se los beben.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: MODELO)
creo que yo me muero (Eh, Me muero)
como gata loco ella me tiene en celo.

ESCENA 9.3 EXTERIOR. AMANECER. SALIDA PUB LA HABANA.

134. PA.

Ya amaneciendo ZÉ CARDA y sus amigos se despiden a las puertas de la discoteca chocando las manos.

135. PM. TRAVELING SEGUIMIENTO.

ZÉ CARDA, un poco ebrio, se va calle abajo. En ese instante recibe una notificación.

136. PD.

Coge el teléfono.

137. PP. PICADO. Se inserta junto a ZÉ CARDA el mensaje.

ZÉ CARDA mira la notificación.

MARÍA
(Mensaje de texto)
¿Estás?

138. PD.

ZÉ CARDA sin contestar, guarda el móvil.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: MODELO)

¡Ai! Mira mami esta es la que hay
sueno en el estudio yo no quiero trabajar
Su cora yo me estudio y lo voy a trabajar
saco varios miles pa que lo pueda cantar (y contar).
D.basto ponme los coros (Yeah)

SEC. 10 EXTERIOR. AV. MEDITERRÁNEA, BURRIANA.

139. PG.

ZÉ CARDA busca su coche.

140. PA.

Pasa por delante del escaparate de una pequeña tienda de música donde de pequeño se paraba siempre a mirar los nuevos discos de los artistas del momento. Ahora solo quedan algunos muebles viejos y carteles anunciando cd's.

141. PMC. ZOOM IN.

Cuando está a punto de irse logra ver a través del escaparate un antiguo póster de Linkin Park.

142. PP.

ZÉ CARDA se mira en el reflejo del escaparate y ve al niño pequeño que un día fué, sonriéndole al lado del cantante de su grupo favorito.

143. PD.

Esboza media sonrisa, consciente de que aún queda un largo camino por recorrer.

SEC. 11 EXTERIOR/INTERIOR. BURRIANA.

ESCENA 11.1 INTERIOR. AMANECER. COCHE.

144. PML. TRAVELING HORIZONTAL.

ZÉ CARDA conduce su coche Peugeot 207 plateado.

145. PD.

Enciende la radio y sube el volumen.

Comienza a sonar el tema “Maradona”.

146. PP.

ZÉ CARDA canta su tema mientras conduce.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: MARADONA)
(Oh yeah, Veraz, D.basto, Zé Carda)
Yo no juego pa' la grada loco
Solo juego pa' mi equipo, pa' mi equipo

147. PD.

Sonríe.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: MARADONA)
(Oh yeah, Veraz, D.basto, Zé Carda)
Yo no juego pa' la grada loco
Solo juego pa' mi equipo, pa' mi equipo

148. PD.

Mira por el retrovisor.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: MARADONA)
Esa puta esta de infarto
Ayo metiendo todo al 24

149. PD.

Cambia la marcha.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: MARADONA)
No busco que me mire
hermano porque yo resalto

150. PD.

Gira el volante.

ZÉ CARDA
(VOZ OVER: MARADONA)
Delirios de grandeza dentro un din A4
Pa' to' tengo pereza pero no pa darte a 4 (Tim Burton)

151. PP.

Coge el paquete de Marlboro que hay sobre el asiento del copiloto.

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: MARADONA)

Silencio en Roma ¿Dónde está el Santo?

Fumando cajetillas loco al borde del infarto (Marlboro hermano)

152. PP.

Coge un cigarro y se lo pone en los labios.

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: MARADONA)

No se si si me observa o sólo está mirando

Pero ya la veo sin ropita en mi cuarto (Eh)

153. PD.

Busca el mechero en sus bolsillos.

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: MARADONA)

Familia hermano *fuck* with “farina”

154. PM

Manteniendo la mirada en la carretera se enciende el cigarro.

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: MARADONA)

Haciendo dependencia de sustancias químicas,

Rezos bíblicos, hablar mímica,

dentro garitos solo ver líneas (Yo)

Ahora quiero mucho más de lo que tuve antes

Búscame en *Youtube* sabes quién está delante.

155. PG. PANEÓ HORIZONTAL Y VERTICAL.

Aparca el coche frente a un mirador donde podemos ver el mar y el amanecer sobre él.

ZÉ CARDA

(VOZ OVER: MARADONA)

Díselo Juanito hermano tú que estás entero'

Dile a estos chavales si D.basto esta pegao' (Ei)

They don't wake up (Ah)x2

ESCENA 11.1 EXTERIOR. AMANECER. MIRADOR PLAYA.

156. PML CONTRAPICADO.

ZÉ CARDA se sitúa frente al mar mientras canta "Maradona".

ZÉ CARDA

Otra rola x3

Ganando la liga como Maradona

Esos cabrones me aman y a la vez me odian

Arriba y abajo como en la noria

Otra Rola x3

Gastando en copas como Maradona

Distintas realidades el mundo es goma

Odio y dolor en la cruz de Roma

8. Desgloses de guión

8.1. Localizaciones

LOCALIZACIONES	UBICACIÓN
Calle	Avenida Mediterránea, Burriana
Estudio de grabación	Av Mediterranea nº 57 6A, Burriana
Playa de la Malvarrosa	Avenida Mediterránea, Burriana
Tienda ultramarinos	Avenida Mediterránea, Burriana
Club Náutico	Zona Serveis, Burriana
Parque	Avenida Mediterránea, Burriana
Campo de tierra	Cami Fondo, Burriana
Tienda de música	Avenida Mediterránea, Burriana
Casa Zé Carda	Avenida Vicente Cañada Blanch, nº15 3ºA
Restaurante José	Avenida Mediterránea, Burriana
Espigones	Playa de la Malvarrosa, Burriana
Instituto Jaime I	Plaza Manuel Sanchis Guarner, Burriana
Exteriores Jaime I	Plaza Manuel Sanchis Guarner, Burriana
Pub La Habana	Calle Mayor, nº11
Exterior Pub La Habana	Calle Mayor, nº11

8.2. Personajes

ACTOR	PERSONAJE	DESCRIPCIÓN
Personaje principal		
Nestor Cabedo	Zé Carda	Joven caucásico de 22 años y mediana estatura. Moreno, ojos castaños y mandíbula marcada. Lleva un septum en la nariz.
David Alzira	Zé Carda	Adolescente de 14 años. Es moreno, de ojos castaños, imberbe y mide 163 cm.
David Alzira	Zé Carda	Adolescente de 16 años. Moreno, de ojos castaños, con barba de dos días y mide 168 cm.
Personajes secundarios		
David Caraballo	D. Basto	Varón blanco, alto y delgado de 23 años. Aspecto desenfadado, con barba y pelo estilo hipster.
Rocío López	María	Chica de 22 años de tez blanca y estatura media. Tiene el pelo castaño, largo y liso. Destaca por su físico bastante atractivo y por sus grandes ojos castaños.
David Collado	Padre	Hombre blanco de 38 años, de complexión fuerte y alto, mide 183cm. Tiene un semblante serio.
Carmen García	Madre	Mujer de 35 años, de mediana estatura y tez blanca. Atractiva, guapa y juvenil.
Emma Doñate	Emma	Chica de 21 años, tez blanca y estatura media. Tiene el pelo negro, largo y liso. Siempre va arreglada y cuida mucho su imagen.
George Hamdi	Bryan	Varón negro de 16 años, alto y atractivo.
Chester Bennington	Chester Bennington	Varón blanco, alto y delgado de 36 años. Cantante y compositor.

	Figurantes	
Pedro Salinero	Niño 1	Niño de 14 años, bajito, rubio y con pecas.
Mohamed Saidi	Niño 2	Niño de 15 años, moreno, bajito y delgado.
Sara Miravet	Niña 3	Niña de 14 años, morena, alta y delgada.
Cristian Toro	Amigo 1	Jóven de 24 años, atractivo, alto y moreno. Imágen muy cuidada. Viste arreglado.
Stefan Illie	Amigo 2	Jóven de 23 años, de estatura media, pelo castaño claro, ojos azules y sonrisa bonita.
Javi García	Amigo 3	Jóven de 22 años, pelo negro, ojos marrones y tatuado. De estatura media y ropa holgada.
Nacho Adsuara	Camarero	Varón con apariencia de 27 años, con el pelo y los ojos castaños, atractivo y alto.
Dima Berdianu	Tendero	Señor con apariencia de 60 años. Pelo canoso, gafas y corpulento. De estatura media.
Carlos Arteaga	Profesor	Señor de apariencia de unos 40 años, alto, con un poco de alopecia y de estatura media.

8.3. Caracterización y vestuario

PERSONAJE	NECESIDADES ARTÍSTICAS - VESTUARIO
Zé Carda	Sudadera Negra Nike
	Pantalón Negro Nike
	Zapatillas blancas Nike Air Force 1
	Sudadera roja
	Vaqueros pitillo con rotos en las rodillas
	Sudadera negra con dibujo de dragón blanco
	Pantalón pitillo negro
	Cadena de plata
	Gorra curva marrón arena
	Zapatillas adidas negras
D. Basto	Sudadera blanca Balr.
	Vaqueros pitillo azul claro
	Deportivas blancas
María	Sudadera Gris Adidas
	Vaquero pitillo
	Deportivas negras
Bryan	Pantalones cortos de basket
	Sudadera amarilla de los Lakers
	Deportivas Botin Nike
Madre	Batín azul marino

	Zapatillas de estar por casa
Padre	Americana de traje gris oscura
	Pantalón traje gris oscuro
	Zapatos de vestir negros
Niño 1	Bañador azul
	Chanclas
Niño 2	Bañador estampado
	Chanclas
Niña 3	Pantalón corto vaquero
	Bañador Roxy
	Chanclas
Tendero	Gafas
	Bermudas color beige
	Camiseta ocre de tirantes con motivo publicitario
Profesor	Jersey de punto color negro
	Pantalón de pinzas color beige
	Zapatos náuticos negros
Emma	Vestido de estampado de serpiente
	Zapatos de tacón negros
	Pendientes de aros
Amigo 1	Camiseta manga corta negra Antony Morato

	Pantalón vaquero
	Zapatillas negras
Amigo 2	Camisa azul marino
	Vaqueros pitillo
	Mocasines azul marino
Amigo 3	Polo Lacost blanco
	Pantalón de pinzas
	Zapatillas blancas
Camarero	Camisa negra
	Pantalón negro

8.4. Atrezzo

CANTIDAD	NECESIDADES ARTÍSTICAS - ATREZZO
1	Coche, Peugeot 207 plateado
1	Teclado portátil Yamaha
1	Macbook Pro
1	iMac
1	Micrófono de pie
1	Micrófono de mano
1	Cascos
2	Libretas
4	Bicicletas
4	Latas de refresco
3	Bolsas de patatas fritas
1	Bolsa de pipas
3	Tapones de rueda
1	Insignia de mercedes
1	Balón de fútbol
1	Poster del grupo Linkin Park
1	Poster de Chester Bennington
2	iPhone
2	Paquetes de tabaco
1	Mochila
6	Vasos de chupito
2	Copas
2	Limones
1	Salero

8.5. Técnico

CANTIDAD	NECESIDADES TÉCNICAS
1	Cámara foto Canon Mark IV
1	Auricular
1	Cable audio canon-jack
1	Grabadora M-Audio
1	Micro cañón + zepelín + cable
1	Peluche para zepelin
1	Pértiga audio
1	Alimentador Canon Mark IV
4	Bateria Canon Mark IV
1	Cargador Canon Mark IV
2	Panel LED
2	Bateria LED
1	Cargador bateria LED
2	Pie de foco
1	Difusor
1	Reflector
1	Objetivo Sigma (para Canon) 105mm / f:2,8
1	Objetivo Sigma (para Canon) 24mm / f:1,4
1	Objetivo Sigma (para Canon) 30mm / f:1,4
1	Objetivo Canon 50mm / f: 1,4
1	Tripode Video / DSLR
1	Shoulder Rig Follow Focus Video DSLR
1	Maleta transporte con ruedas
6	Pilas AA
3	Tarjeta SD 32GB (video)
3	Tarjeta SD 16GB (audio)

8.6. Otras necesidades

PERMISOS NECESARIOS
Permiso del ayuntamiento de Burriana
Permiso de grabación de menores
Permiso de ocupación del espacio público (Instituto)
Documento derechos de imagen actores

9. Plan de rodaje

SESIONES	LOCALIZACIONES	SEC.	ACTOR PRINCIPAL	ACTOR SECUNDARIO	FIGURANTE
Día 1	Av. Mediterránea 10:00	1	Zé Carda		
	Estudio de grabación Av. Mediterránea 12:00	2,4	Zé Carda	D. Basto	
	Estudio de grabación Av. Mediterránea 16:00	6,8	Zé Carda	D. Basto	
Día 2	Exterior Pub La Habana C/ Mayor, 11 06:00	9	Zé Carda		
	Tienda de música Av. Mediterránea 06:20	10	Zé Carda		
	Coche Av. Mediterránea 06:40	11	Zé Carda		
	Pub La Habana C/ Mayor, 11 17:00	9	Zé Carda	D. Basto Emma	Amigo 1, 2 y 3 Camarero 15 extras
	Playa de la Malvarrosa Av. Mediterránea 10:00	3	Zé Carda (14 años)	Niño 1, 2 y 3	

Día 3	Tienda de ultramarinos Av. Mediterránea 12:00	3	Zé Carda (14 años)	Niño 1, 2 y 3	Tendero
	Club náutico Zona serveis, Burriana 14:00	3	Zé Carda (14 años)	Niño 1, 2 y 3	
	Parque Av. Mediterránea 16:30	3	Zé Carda (14 años)	Niño 1, 2 y 3	
	Campo de tierra Camí Fondo 18:30	3	Zé Carda (14 años)	Niño 1, 2 y 3	
Día 4	Casa Av. Vicente Cañada Blanch 09:00	5	Zé Carda (16 años)	Madre Padre	
	Restaurante José Av. Mediterránea 10:00	5	Zé Carda (16 años)		
	Playa de la Malvarrosa Av. Mediterránea 11:00	5	Zé Carda (16 años)		
	Instituto Jaime I Plz. Manuel Sanchis Guarner 13:00	7	Zé Carda (16 años)	María Bryan	Profesor 10 extras

	Exteriores Instituto Jaime I Plz. Manuel Sanchis Guarner 15:00	7	Zé Carda (16 años)	María Bryan	10 extras
--	--	---	-----------------------	----------------	-----------

10. Memoria de producción

Desde un primer momento nuestro equipo tenía muy clara la finalidad de este proyecto, conseguir un producto original y creativo en el que mostrar los conocimientos adquiridos en estos últimos años.

En pocos de los trabajos realizados a lo largo de la carrera hemos tenido la oportunidad de producir canciones y darle a la música la importancia que merece y que esta tiene para nosotros, por eso aprovechamos este proyecto como una oportunidad de poner en práctica lo aprendido y dejar volar nuestra imaginación para crear algo totalmente nuestro, que nos caracteriza.

En un principio nos reunimos para decidir qué iba a tener de especial nuestro producto, sabíamos que iba a ser musical, pero no queríamos quedarnos en la realización de un simple videoclip. Por tanto, decidimos aprovechar la producción de varias piezas musicales de Zé Carda para realizar el rodaje de una historia que al juntarse con el álbum musical producido se convirtió en un álbum visual.

Al principio, no teníamos mucho conocimientos acerca de este formato, por lo que decidimos investigar y dimos con una gran cantidad de álbumes visuales, incluso descubrimos que canciones de nuestros artistas favoritos se lanzaron en este formato. Junto con este análisis llevamos a cabo una contextualización del panorama musical para conocer los orígenes, temáticas y antecedentes del género que íbamos a tratar.

Tras esta investigación y teniendo en cuenta los rasgos establecidos a partir del análisis, hablamos con Zé Carda sobre la idea del guión y el orden de las canciones para concluir el hilo conductor y la idea narrativa de la pieza, y una vez constituidos, procedimos a la creación de los guiones pertinentes. Decidimos que Zé Carda sería el protagonista y la historia giraría entorno a su vida, y las situaciones que le llevaron a idear y escribir los temas de su álbum.

De repente, en mitad del planteamiento emergió la crisis del Covid-19 y truncó todos nuestros planes. La situación imposibilitó el rodaje y con ello el objetivo de crear y

difundir esa pieza especial que nos representase. Sin embargo, no todo estaba perdido, por lo que decidimos desarrollar los documentos necesarios para la preproducción del proyecto con la idea de llevarlo a cabo en cuanto se pudiese.

En primer lugar, partiendo del guión establecimos las localizaciones. Estas se encuentran en Burriana (Castellón) lugar de nacimiento de nuestro protagonista y del rodaje de nuestro cortometraje *Colorblinds*. Los resultados la última vez que rodamos en Burriana fueron muy positivos, y contamos con contactos de establecimientos donde poder rodar, por lo que la decisión fue simple.

En las escenas exteriores nos centramos en la Av. Mediterránea, una calle de casi un kilómetro donde encontramos lugares que aparecen en guión. Nos centramos sobre todo en paisajes amplios en los que se pudieran hacer planos generales que mostraran la soledad del protagonista a la hora de escribir, como es el caso de las playas, espigones y miradores.

- Paseo marítimo: Donde tiene lugar la escena 3.1 en la que el pequeño Zé Carda pasea en bici con sus amigos.



- Club Nautico:



- Tienda de ultramarinos:



- Parque:



- Instituto Jaime I:



- Exteriores Instituto Jaime I:



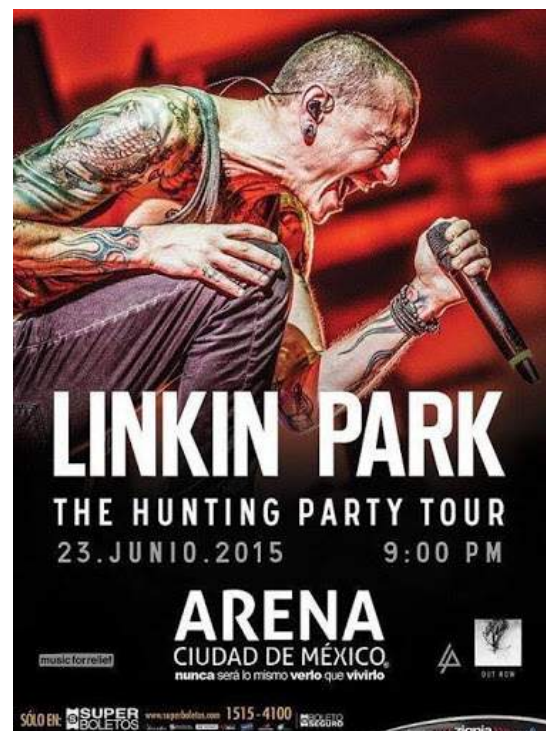
- Espigón:



- Mirador frente al mar: En este lugar termina el álbum con el protagonista solo frente al mar. (Secuencia 11)



- Escaparate tienda de música:



En el caso de las escenas interiores, destacan cuatro localizaciones:

- Estudio de grabación:



- Aula del instituto Jaime I: Con los permisos respectivos rodaremos en una de estas aulas y contaremos con la ayuda de varios extras adolescentes, por lo que tendremos en cuenta los permisos de grabación de menores que sean necesarios.



- Casa familiar: Grabaremos en una de nuestras casas ya que alquilar un estudio o una casa por horas se saldría del presupuesto. Las localizaciones de la escena 5.1 serán la habitación de un adolescente, el pasillo y el salón de la misma vivienda.

- Pub la Habana:



En segundo lugar, decidimos no realizar casting para la elección de los actores. Por una parte porque teníamos actores en mente que podrían encajar a la perfección con el papel y con los cuales ya habíamos trabajado anteriormente. Por tanto, ya sabíamos su forma de trabajar, su imagen y sus capacidades por lo que decidimos contactar con ellos. Entre ellos David Collado, actor en Aula, Cine y Tv de Castellón y que colaboró con nosotros en *Colorblinds*, y Néstor Cabedo como cantante y protagonista del álbum visual.

Por otra parte, el resto de actores eran conocidos nuestros que en su mayoría se dedican al mundo del modelaje fotográfico como son David Caraballo, Rocío López y David Alcira. Esto es un punto a favor ya que saben como moverse y actuar frente a la cámara. Además, en gran parte del álbum visual no aparecen diálogos, por lo que también es mucho más fácil para ellos.

Finalmente el equipo de actores quedó establecido de la siguiente manera:

ACTOR	PERSONAJE
Nestor Cabedo	Zé Carda
David Alzira	Zé Carda
David Caraballo	D. Basto
Rocío López	María
David Collado	Padre
Carmen García	Madre
Emma Doñate	Emma
George Hamdi	Bryan
Pedro Salinero	Niño 1
Mohamed Saidi	Niño 2
Sara Miravet	Niña 3
Cristian Toro	Amigo 1
Stefan Ilie	Amigo 2
Javi García	Amigo 3
Nacho Adsuará	Camarero
Dima Berdianu	Tendero
Carlos Arteaga	Profesor

En tercer lugar, escogimos el vestuario de cada secuencia teniendo en cuenta el estilo moderno y urbano que le queríamos dar al álbum visual. Nos basamos para ello en la actitud e intervención de cada personaje, además de tener en cuenta la situación narrada. Nos resultó realmente fácil ya que al haber escogido el casting según el “rollo” de cada actor, no tuvimos que realizar grandes cambios. En las siguientes imágenes mostramos posibles looks de estos personajes cedidos por los actores:

- Zé Carda:



- D. Basto:



- Maria:



- Emma:



Finalmente con toda la información anterior realizamos un plan de rodaje en el que establecimos la fecha, hora y lugar donde íbamos a rodar, las secuencias de cada día y los personajes y figurantes que necesitábamos, para poder avisar con antelación y organizar la jornada. Una vez reunido todos los documentos pertinentes referidos a la preproducción de la pieza y al no poder rodar, nos dispusimos a elaborar el plan de explotación, por medio del cual pretendíamos lanzar nuestro proyecto una vez terminado.

11. Equipo de trabajo

11.1. Alejandro Estellés



Estudiante de 4º de Comunicación Audiovisual en la UJI y graduado en Música Avanzada y Sonido por EUMES. Descubrió su pasión por la música a muy temprana edad y pronto se interesó por la producción de música urbana y electrónica. En su primer curso en la UJI comenzó a trabajar con Zé Carda (Nestor Cabedo) produciendo y grabando canciones como *D.Basto*. Además desempeñó las funciones de director y montador en el cortometraje “*Colorblinds*” realizado en tercero de carrera.

11.2. Ruth Ortiz

Estudiante de 4º de Comunicación Audiovisual en la UJI interesada en el marketing y la comunicación empresarial. Su don para la organización y planificación la hace clave en el ámbito de producción, contando con antecedentes como “*Colorblinds*”, donde fue productora. Como amante de la música urbana considera este proyecto como una fusión de sus intereses.



11.3. Ana Lafuente



Estudiante de 4º de Comunicación Audiovisual en la UJI. Interesada en las redes sociales, el marketing digital y la fotografía.

Se ha interesado más en la dirección de arte y difusión del proyecto a través de redes sociales.

11.4. Néstor Cabedo

Estudiante de 4º de Comunicación Audiovisual en la UJI, que desde niño se ha interesado por la música. Al entrar en la universidad dejó de tocar instrumentos en la banda municipal por cantar *trap* como Zé Carda frente a un micrófono en el estudio de D.Basto. Aunque no forma parte de la autoría, ha colaborado en la creación del guión y aportado los temas compuestos. Cuenta con la experiencia de guionista en el cortometraje “*Colorblinds*”.



12. Plan de explotación

La manera en la que nuestro producto llegará al público, es tan importante como el desarrollo de este, y es que la forma de comunicar de nuestra empresa tendrá una gran importancia a la hora de que el producto sea aceptado por los espectadores.

Wave Beats opta por una estrategia de diferenciación haciendo uso del álbum visual, un nuevo formato poco conocido de presentar un álbum musical, en el que se combina imagen y música para generar sentimientos y emociones en el público. Son pocos los músicos que disponen de herramientas para producir sus propios temas, y aun así no tienen conocimientos de producción y realización audiovisual. En nuestro caso, tenemos la oportunidad de crear esta clase de contenido original, producido íntegramente por nosotros, y distinguirnos del resto.

La innovación que ofrece nuestro producto nos proporciona una oportunidad en el mercado, se trata de un formato poco utilizado que puede tener una gran aceptación debido a los intereses de la población. Además, el auge en la comunicación y tecnología nos benefician, ya que nos aportan una inmediatez a la hora de crear y nos sirven de herramienta para difundir y promocionar.

Con el fin de realizar un buen plan de explotación nos hemos propuesto los siguientes objetivos:

- Alcanzar la máxima difusión posible.
- Crear una conexión con el público que nos permita conocerlo y que nos conozca, de forma que ambos salgamos beneficiados.
- Mantener y satisfacer a los usuarios que ya seguían a Zé Carda.
- Crear una buena reputación de *Wave Beats* y situar nuestro producto abriéndonos paso en el ámbito profesional.

Llevaremos a cabo estos objetivos elaborando una efectiva estrategia de comunicación, que será posible mediante un análisis previo de mercado.

12.1. Análisis del mercado al que va dirigido el producto

Antes de lanzar un producto al mercado, debemos identificar las oportunidades y los riesgos que este presenta. Por eso, desde *Wave Beats* hemos realizado un estudio de mercado que nos permite obtener información tanto de la competencia como de los clientes potenciales.

En primer lugar, realizamos un análisis DAFO de la empresa, lo que nos ayudará a estudiar la situación en la que esta se encuentra, sus características internas y situación externa.

DEBILIDADES <ul style="list-style-type: none"> • Poca visibilidad • Falta de profesionalización y experiencia • Falta de liquidez y tesorería 	AMENAZAS <ul style="list-style-type: none"> • Competencia elevada • Mercado cambiante • Hábitos de consumo variables
FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none"> • Innovación y seriedad • Conocimiento del mercado transmedia • Confianza entre los miembros del equipo • Conocimientos del ámbito musical urbano • Calidad del producto 	OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none"> • Amplio mercado transmedia • Adaptabilidad tecnológica • Panorama musical abierto a nuevas tendencias • Ayudas para emprendedores de la Comunidad Valenciana

Una vez realizado este análisis, creemos conveniente definir una estrategia de comunicación óptima para nuestro producto. Tras conocer los puntos fuertes y débiles de nuestra empresa, el siguiente paso será definir el público objetivo al que dirigimos nuestro producto para saber cuáles serán los canales a través de los que nos comunicaremos.

Para ello hemos tenido en cuenta las características de nuestro producto, la temática que engloba y la aceptación social que esta clase de proyectos obtienen.

Nuestro producto va dirigido a jóvenes amantes de la música y de la fiesta, a los que les gusta salir con sus amigos y hacer uso de las redes sociales. Sin embargo, este es un análisis superficial, y consideramos que cuanto más definido esté el público objetivo, mejor podremos ajustar nuestro contenido a la hora de promocionar el producto, por lo que hemos desarrollado un *Ideal Customer Profile (Consumidor ideal)* que cumpliría las siguientes características:

Se trata de un hombre de entre 19 y 24 años de renta media-baja que reside en un bloque de viviendas en la ciudad, compartido sus padres o con compañeros de piso y tiene un nivel de educación medio, habiendo cursado la ESO y el Bachiller.

Además, cuenta con bajos ingresos de contratos por horas en empresas relacionadas con la hostelería. Sus intereses se centran en la música, las relaciones amorosas, la fiesta nocturna y las drogas, sin embargo también se informa del contexto social y político del país, está al día de los sucesos sociales y tiene una ideología y opinión clara. Sigue un estilo de vida creativo y moderno y se informa y comunica mediante el uso de aplicaciones como *Whatsapp* y redes sociales como *Instagram*, donde comparte información acerca de su estilo de vida y su música favorita.

Una vez definido nuestro consumidor, cada acto de comunicación estará ajustado a esta figura, lo que aumentará las probabilidades de éxito de nuestra estrategia comunicativa.

Un aspecto que también debemos tener en cuenta a la hora de distribuir nuestro producto es el entorno de mercado, en nuestro caso destacamos el entorno musical y tecnológico, ya que intervienen en gran medida en la explotación y recepción de este.

La industria musical tiene una necesidad de permanente innovación, necesita de estrategias integradoras de productos culturales y una pluralidad de propuestas

creativas. Esto la hace especialmente susceptible a la hibridación con las industrias del diseño y la creación audiovisual. (Sedeño Valdellós, 2017)

Actualmente los medios digitales y audiovisuales tienen una gran influencia en la industria musical, estos tienen el poder de crear nuevos formatos, herramientas de difusión y aumentar las posibilidades promocionales de los artistas.

Otro aspecto a destacar es la tecnología, que está siempre en constante desarrollo y es un factor muy importante a la hora de la producción musical. Los avances y mejoras nos aportan una inmediatez a la hora de crear nunca vista hasta la fecha pudiendo colaborar con artistas internacionalmente desde España de forma gratuita e instantánea. Al mismo tiempo esta mejora en las herramientas tecnológicas nos permite crear un mejor producto audiovisual con una inversión económica no muy elevada.

El acceso a Internet y los nuevos dispositivos son una gran ventaja puesto que suponen una fuente de marketing y publicidad prácticamente gratuita, mediante el uso de redes como *Instagram* o *Twitter*.

12.2. Plan de comunicación y marketing

Desde *Wave Beats* trataremos de conseguir el mayor alcance posible en el álbum visual *Nasty Boyz* y para ello, buscamos hacer nuestro proyecto audiovisual lo más atractivo para nuestro público.

Partiendo del estudio de mercado realizado en el apartado anterior, vemos que el público al que nos dirigimos es joven y que la tecnología es una potente herramienta de difusión. Por eso hemos decidido realizar una estrategia de comunicación a través de redes sociales, ya que sus características nos permiten cumplir los objetivos propuestos.

Con el fin de conseguir una mayor difusión y alcanzar el mayor número de seguidores y visualizaciones posibles en nuestras redes sociales vamos a generar un contenido interesante, original, llamativo y a su vez, innovador.

Como sabemos, en las redes sociales son muy importantes las primeras impresiones ya que a partir de aquí es donde se crea la imagen y esto repercute en nuestra reputación. Por ello, debemos seguir una táctica y realizar una serie de acciones que nos permitan alcanzar los objetivos fijados.

En primer lugar, trataremos de fortalecer la marca tanto a nivel empresarial como en las propias redes sociales. Por tanto, el primer paso y el indispensable para nuestra productora es generar un contenido de calidad que atraiga a los usuarios. Es muy importante que la portada, tanto del propio álbum visual como de cada publicación, que sea atractiva y además genere interés a la audiencia.

En segundo lugar, cabe destacar que el género urbano es uno de los más escuchados en la actualidad, por lo que esto también nos beneficiará a la hora de difundir nuestro álbum visual. A su vez, la temática que trata cada una de las canciones es bastante cercana y actual por lo que esto provoca cierta curiosidad en el consumidor.

Tras realizar el análisis de mercado y teniendo en cuenta la clase de proyecto que hemos desarrollado, hemos decidido realizar nuestra estrategia de comunicación a través de las redes sociales *Instagram* y *Tiktok* y la plataforma *Youtube*.

Por un lado utilizaremos ***Instagram***, ya que es una de las redes sociales con mayor crecimiento en los últimos años y la que tiene el número de usuarios activos más elevado. Además gran parte de estos usuarios corresponden a la perfección con nuestro público objetivo. Esta plataforma está llena de creatividad e innovación y además es una de las más utilizadas para posicionar tanto a empresas como a marcas dentro del entorno digital.

Es muy importante centrarse en planificar una buena campaña en *Instagram*, ya que estas pueden conducirte tanto al éxito como al propio fracaso. Por tanto, debemos ser capaces de ofrecer un buen contenido y hacer una buena gestión de la comunidad. Además de subir publicaciones, es muy importante hoy en día mantener activo el perfil de *Instagram* ya sea subiendo historias, como utilizando hashtags e interactuando con los seguidores.

Otro de los motivos por el cual hemos elegido esta red social como medio de difusión es por la herramienta de perfil empresarial. En primer lugar, este tipo de cuenta nos permite poner al alcance de todos los usuarios el correo electrónico y el teléfono, por lo que se podrán poner en contacto con nosotros de una forma muy sencilla. En segundo lugar, esta aplicación dispone de *Instagram Analytics*, una herramienta con la cual podremos obtener una serie de estadísticas relacionadas tanto con nuestro perfil como con los usuarios que nos siguen. Esto nos permite saber el sexo, la edad y la localización, entre otras cosas, de nuestro público.

Uno de los inconvenientes más destacables de esta red social es que no se pueden incluir enlaces en las publicaciones, por lo que no podríamos enlazar ninguna página de destino ni generar un tráfico inmediato. Sin embargo, lo que realmente nos interesa de *Instagram* es crear una buena imagen y popularidad de marca. Podríamos decir que esta red social es considerada como un canal de branding digital donde la percepción de los usuarios junto con el tratamiento de nuestro perfil

adquiere un gran peso. Por tanto, es realmente importante conocer los intereses y preferencias de estos y generar cierto vínculo entre los usuarios y el objetivo comunicativo de *Wave Beats*.

Así pues, aparte de cuidar nuestras redes sociales estéticamente e interactuando con los seguidores, realizaremos una serie de acciones comunicativas:

- Lanzamiento del álbum visual: Una de las primeras acciones que realizaremos en *Instagram* será lanzar nuestro álbum visual y subirlo a la plataforma mediante *IGTV*, una nueva herramienta que permite a los usuarios publicar videos de larga duración y por tanto es idónea para nuestro proyecto. *IGTV* nos permitirá conseguir un gran impacto entre nuestros seguidores, además de crear cierta fidelización.
- Promoción pagada: Creemos que la herramienta *Instagram Ads* es una gran forma para ampliar nuestro alcance y además tener un mayor control sobre el tipo de usuario que ve tu contenido, por lo que promocionar nuestras publicaciones y nuestro perfil puede ser una gran opción. Además es una acción que no supone un alto coste y permite abarcar un público mucho más amplio.
- Colaboración con influencers: Es una práctica muy habitual para las empresas hoy en día. Estos son personajes públicos con gran audiencia y un alto número de seguidores, que además poseen cierta autoridad y buena relación con su audiencia, la cual deposita su confianza en ellos. Por tanto, seleccionar a varios *influencers* para realizar una campaña de comunicación nos parece un acierto. Los beneficios que podemos obtener con este tipo de acción es un incremento de los seguidores en nuestro perfil, adquirir cierta reputación y *branding*, mejorar el *SEO* y además generar un mayor *engagement*, es decir, una mayor interacción entre seguidor, marca y el *influencer*.

Además debemos plantear y estudiar esta acción cuidadosamente ya que el hecho de hacer una buena elección de los *influencers* y el tipo de seguidores que poseen generará un enlace directo con nuestro público objetivo a través de la persona elegida.

Para realizar las acciones anteriores haremos uso de apps de gestión del perfil como *Instagram Preview*, que nos ayudarán en la planificación visual del contenido, la programación de las publicaciones y el análisis de las reacciones.

Por otro lado utilizaremos **Youtube**, una plataforma dedicada a subir y compartir vídeos entre los usuarios que cuenta con mil ochocientos millones de usuarios activos. Esta web nos ayudará en el lanzamiento del álbum visual ya que es la plataforma por excelencia del contenido audiovisual. En ella seguiremos la línea estética que creamos en *Instagram* personalizando tanto la portada de nuestro canal corporativo como la miniatura del vídeo.

Uno de los inconvenientes de *Instagram* era la imposibilidad de incluir enlaces en las publicaciones, pero esto cambia en el caso de *Youtube*. Los vídeos colgados en esta plataforma se pueden compartir mediante un enlace que permite su acceso desde cualquier sitio web o aplicación. La facilidad que esta herramienta ofrece a la hora de compartir el contenido no solo con los demás usuarios sino con todo el que esté conectado a internet, nos beneficiará a la hora de distribuir nuestro proyecto.

Las acciones de comunicación que llevaremos a cabo mediante esta web serán las siguientes:

- Lanzamiento del álbum visual: El primer paso para utilizar esta plataforma será subir el proyecto en formato mp4 tanto nuestro canal empresarial como al canal del artista. Para lograr un posicionamiento adecuado deberemos tener en cuenta las palabras clave que utilizaremos en el título y descripción, ya que determinarán la facilidad con la que los usuarios nos encuentren mediante el buscador.

- Uso de etiquetas: Las etiquetas y hashtags del vídeo son esenciales si queremos conseguir visibilidad y reconocimiento de nuestra marca en la plataforma. Estas nos sirven para conectar temáticas, usuarios, canales, etc y clasificar contenidos, además permiten una mayor interacción entre el contenido y otros usuarios interesados.

- Conectar el canal con nuevos fans: Mediante la herramienta gratuita llamada Fan Finder que nos ofrece *YouTube* conectaremos nuestro canal con otros usuarios. Esta función analiza las visualizaciones de los millones de usuarios para determinar los que probablemente estén interesados en nuestro álbum. Tras identificarlos les presenta un anuncio a través de otra herramienta de publicidad llamada TrueView y aunque a los 5 segundos aparece la opción de omitirlo, son muchos los usuarios que se interesen por nuestro contenido y accedan a nuestro canal de esta forma. Para ello, tenemos pensado elaborar un teaser de nuestro álbum visual que llame la atención de estos usuarios en un breve lapso de tiempo.

- Estar en contacto con los usuarios: Al igual que en *Instagram*, en *YouTube* es muy importante interactuar con los seguidores y mantener activo el perfil, por eso una de nuestras premisas será participar y responder siempre a los comentarios.

- Añadir el vídeo a listas de reproducción: Una forma de clasificación automática de *Youtube* es la creación de listas de reproducción en las que se suceden diversos videos sin tener que buscarlos. Estas listas se distinguen tanto por temática, como por formato, fecha o artista. Aprovecharemos esta opción para introducir nuestro álbum visual en varias listas de reproducción de música urbana.

Por último, utilizaremos otra red social cuya fama ha surgido recientemente pero que ya cuenta con más de 500 millones de usuarios activos en todo el mundo. En una sociedad en la que la atención media del usuario se capta tan solo por 4 segundos, las características de **Tik Tok** son increíblemente útiles.

Entre ellas encontramos amplias bases de datos de audio junto con un gran abanico de filtros y una gran facilidad de edición que hacen que la subida y creación de contenido sea mucho más fácil que en otras aplicaciones.

En la web de esta red social aseguran que su punto fuerte es el siguiente: "capturar y presentar la creatividad, el conocimiento y los preciosos momentos de la vida del mundo, directamente desde el teléfono móvil. *Tik Tok* permite a todos ser creadores y alienta a los usuarios a compartir su pasión y expresión creativa a través de sus videos ". Además, tiene una gran variedad de usuarios, podríamos decir que se trata de una aplicación para todos los públicos, por lo que podríamos pensar que al tener un *target* muy concentrado y con edades más avanzadas, esta red no nos servirá de utilidad. Sin embargo, viendo ejemplos de años pasados nos damos cuenta de que muchas canciones populares de 2019 e incluso 2018, en las cuales podemos encontrar ciertos rasgos que para nada podríamos tildar de "familiares", lo son gracias a *Trends* (modas virales) de *Tik Tok*.

A diferencia de *Spotify*, los artistas no ganan dinero con las obras de *Tik Tok*, pero en muchos casos, la exposición en la plataforma para artistas emergentes es más importante que los ingresos directos. Por eso vamos a aprovechar esta app como lanzadera de tendencias, con el fin de darnos a conocer a un público más general. La red está creada con la música como pilar básico y es el elemento máximo de difusión de la misma, por eso subiremos las piezas musicales y enlazaremos el contenido creado con nuestras otras redes (*Instagram* y *Youtube*), para que los usuarios puedan acceder al producto completo.

Las acciones que formarán parte de la estrategia de comunicación están basadas en ejemplos de acciones que tuvieron éxito y se hicieron virales:

- Crear tendencia mediante memes:

Basamos esta acción en el exitoso caso de la canción *Old Town Road* de Lil Nas X. Se trata de un single que fue rechazado por las listas de música country tradicional. Sin embargo, *Tik Tok* convirtió la canción en un meme que se volvió viral y que la transformó en un gran hit. El éxito de Lil Nas X en

Tik Tok es uno de los más notables, pero no es el único artista que ha visto un aumento en las transmisiones y en la atención después de que el fragmento de una pista se vuelva viral en esta plataforma.

- Dance Videos o Challenges:

Nos hemos centrado también en otro tipo de *Trends* que reinan por todo *Tik Tok*, sobretodo desde que comenzó la pandemia de COVID-19. Se trata de *Dance Videos* o videos de danza, en los que los usuarios muestran sus dotes como bailarines, tanto en freestyle como con coreografías ya elaboradas.

El más representativo es el *Toosie Slide* de Drake, pero numerosos cantantes como J Balvin se han unido a este fenómeno creando *challenges* o retos que se han hecho virales a través de esta plataforma y que se han trasladado a otras redes sociales.

Estos videos de *Tik Tok* a menudo se recopilan y se convierten en compilaciones en *YouTube*, que llegan a una nueva audiencia y a menudo atraen miles de visitas. Es por este motivo que consideramos *Tik Tok* como una buena oportunidad para promocionar nuestro producto.

Para llevar a cabo estas acciones contrataremos o colaboraremos con cuatro usuarios de *Tik Tok* que cuenten con una gran repercusión, para crear un dance video para la canción de nuestro álbum “Callao” ya que es la que más ritmo tiene y es sencillo elaborar una coreografía. Sin embargo, este dance video incluirá 1 o 2 pasos de baile algo complicados para aumentar la dificultad del challenge y conseguir en menos tiempo dos productos:

Por un lado el dance video realizado correctamente que trabaja como fue concebido, como un video coreográfico, y que realza la parte artística de la canción. Y por otro lado, los dance videos fallidos de la comunidad de *TikTok* que se convertirán así mismo en memes. Por lo que podremos atacar al mismo tiempo dos de los sectores que más difusión tienen en *Tik Tok* ahora mismo, los memes y música, concretamente los dance videos.

Mediante estas acciones de comunicación a través de *Instagram*, *Tik Tok* y *Youtube*, y siguiendo nuestro propósito de mantener un perfil activo y generar un contenido de calidad que atraiga a los usuarios, alcanzaremos los objetivos propuestos en cuanto a la difusión de nuestro producto audiovisual.

Tenemos mucha práctica en el mundo de las redes sociales, y su uso diario nos hace conocedores de numerosas características que nos pueden aportar beneficios a la hora de difundir nuestro trabajo.

Por último, dentro de la estrategia de comunicación vamos a incluir una serie de eventos donde daremos a conocer nuestro proyecto.

Tenemos contacto con tres discotecas que nos ayudarán en este apartado: Menta MicroClub en el centro de Castellón, donde los miércoles hacen fiestas de música urbana y acude mucha gente de ese ámbito; La Zona en la Vall d'Uixó que tiene varias salas con distinto género musical; y el pub Havanna en Burriana, donde realizan pequeños eventos periódicamente.

Los tres locales cuentan con una buena equipación de sonido y proyectores con pantallas, por lo que la idea consiste en realizar un visionado del álbum visual mientras los clientes escuchan la música y pueden a la vez tomar algo y bailar. Creemos que es una buena idea para darnos a conocer y aprovechar la ocasión para invitar a personas influyentes de la provincia que mediante las redes sociales o sus contactos nos puedan abrir más puertas.

Los dueños de estos locales nos dejarán realizar esta presentación de forma gratuita ya que se realizará en un día de apertura normal y no tendrá que realizar ningún tipo de inversión, sin embargo a cambio tendremos que llevar a gente para llenar las salas y que no genere ninguna pérdida.

Esta estrategia nos parece una forma divertida y efectiva de lanzar nuestro álbum, y una buena forma de que la gente hable de nosotros.

Para generar el contenido atractivo del que hablamos y crear una buena reputación de nuestra empresa y del proyecto *Nasty Boyz*, vamos a crear una identidad corporativa que siga tanto los valores y creencias con los que nos identificamos como las características que nos hacen destacar dentro del mercado. Para ello hemos tenido en cuenta los siguientes elementos:

12.2.1. Identidad visual corporativa

La identidad visual es una carta de presentación que repercute en la imagen y reputación de una empresa. Por lo que en *Wave Beats* nos hemos esforzado en elaborar una IVC clara, directa y llamativa, que muestre actualidad y modernidad pero a la vez calidez y confianza, y que se relacione directamente con la música. Los elementos que conforman nuestra identidad corporativa son:

- Logosímbolo:



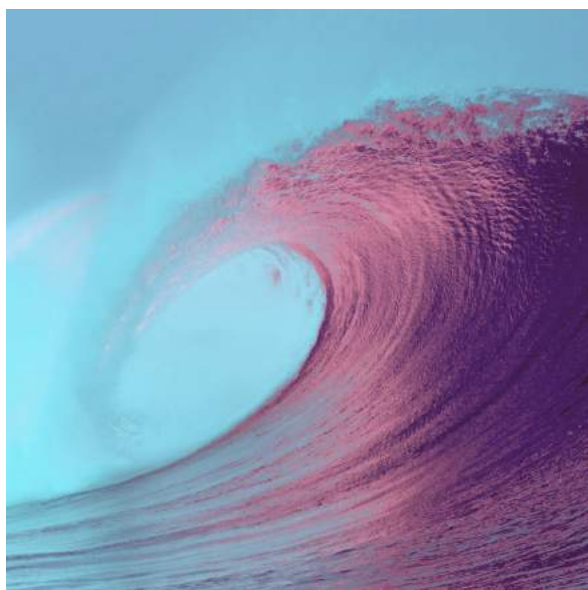
- Logotipo:

WAVE
BEATS

Para la creación del logotipo hemos utilizado la fuente Gidole, un estilo minimalista y sencillo de Sans Serif, en tonos pastel y degradados que transmiten armonía y sensatez. En cuanto al logosímbolo hemos plasmado las letras en *png* sobre una imagen de referencia, y le hemos dado una forma redonda ya que el círculo nos parece más estético y en diseño es sinónimo de movimiento y adaptabilidad.

El nombre en inglés *Wave Beats* hace referencia a la música y la moda. Por un lado *Wave*, cuya traducción literal sería “ola” pero que en este contexto hace referencia a un “movimiento” o “moda”, y por otro lado *Beats*, palabra que suele traducirse por instrumental o “base”. La mezcla de ambas forma el movimiento de las instrumentales o algo parecido al “movimiento de la música”.

- Imagen de referencia para la gama cromática:



Para la combinación de colores hemos usado una imagen de referencia que sigue la línea de nuestra identidad con colores retro y pastel.

Alude a *wave* (ola) pero el color hace que sea característica y original, como nosotros.

- **Tipografía corporativa:** Fuente *Gidole*

A B C D E F G H I J K L M N
Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

- **Colores corporativos:**



Color HTML en RGB: #73d0e6



Color HTML en RGB: #76a7c2



Color HTML en RGB: #b87497



Color HTML en RGB: #562162



Color HTML en RGB: #8a4a79

- **Logosímbolo en fondo negro:**



12.2.2. Portada del álbum visual



12.2.3. Simulación visual de YouTube



12.2.4. Simulación visual de Instagram

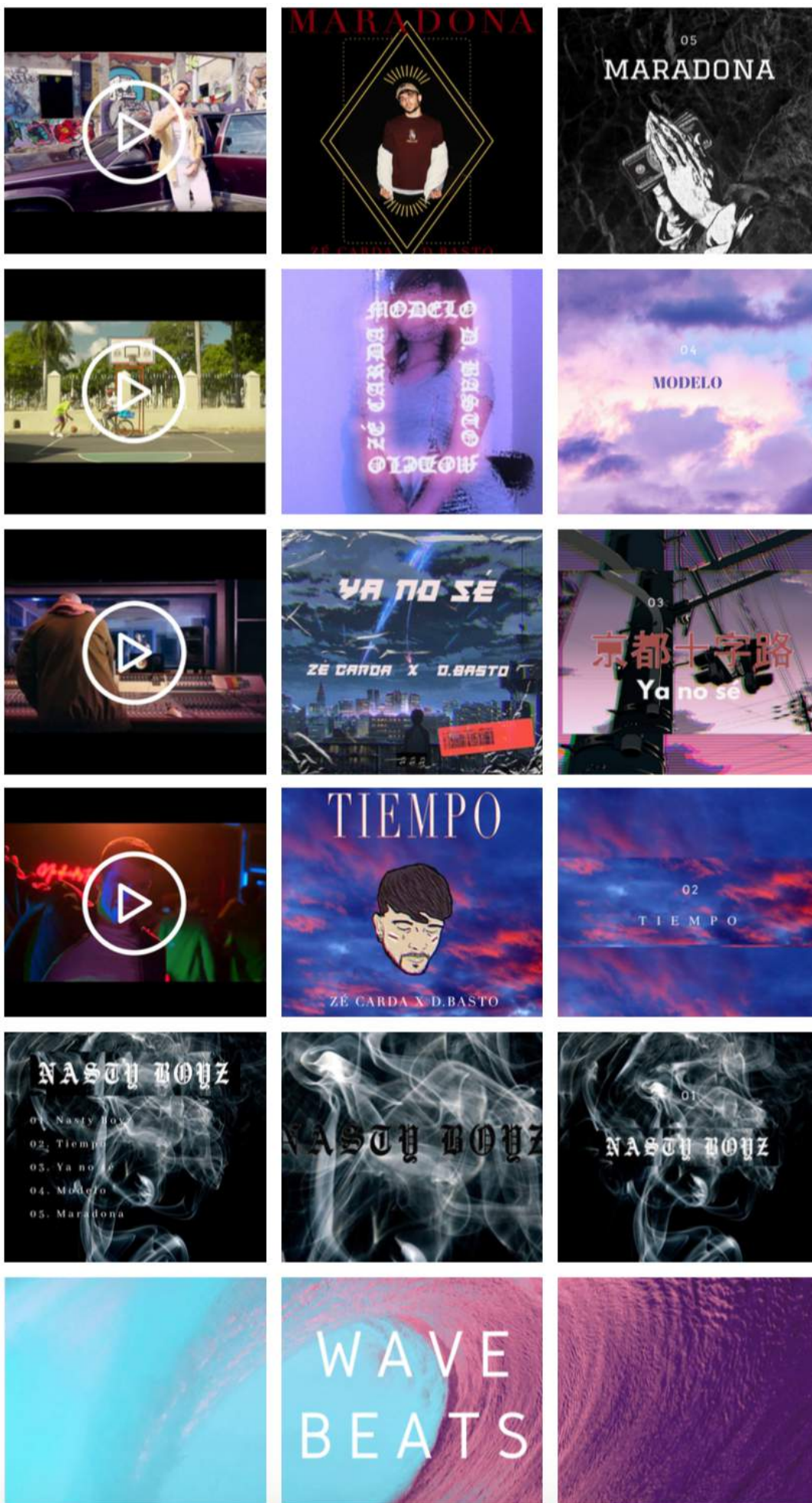
Hemos realizado una simulación de lo que sería nuestro perfil de Instagram:

En primer lugar, nos podrían encontrar por el usuario **@wavebeatscs** o Wave Beats. En el apartado de biografía hemos definido nuestra función como productora musical y otros detalles interesantes. También en este apartado colgaremos los *links* de nuestros proyectos en *YouTube*, en esta simulación encontramos el del álbum visual Nasty Boyz, para que nuestros seguidores tengan más facilidad a la hora de acceder al contenido. Contamos a continuación con una serie de *highlights* o historias destacadas, se trata de colecciones permanentes de historias ya subidas y que queremos conservar en nuestro perfil.



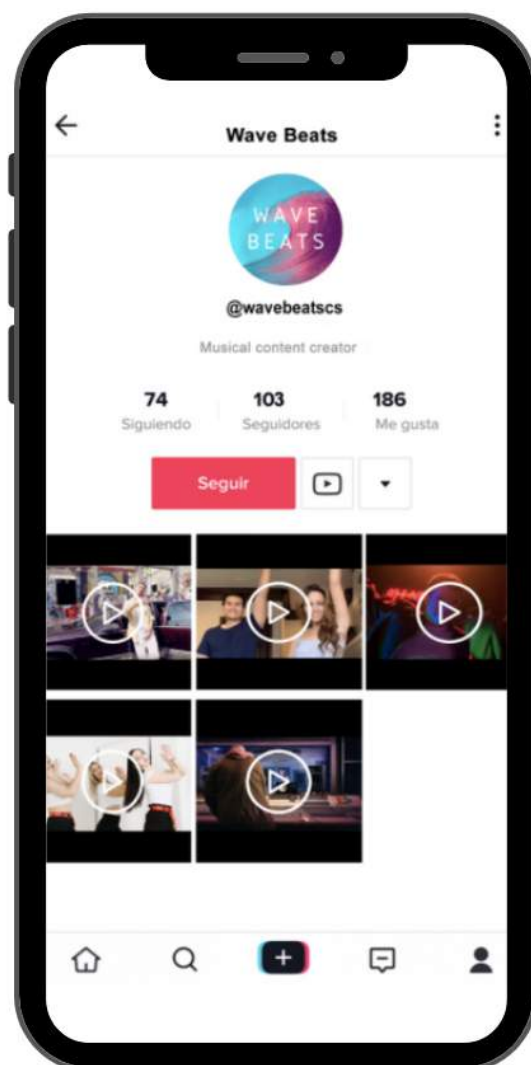
Por otro lado, hemos creado una simulación del *feed* que podríamos crear en nuestra cuenta. El *feed* de *Instagram* es lo primero que verán los usuarios al entrar a nuestro perfil, por lo que debemos establecer un orden y un sentido a la hora de colgar nuestros *posts*. En nuestro caso hemos establecido la estética visual de tres en tres, colgando en primer lugar un anticipo con el número y el título de la canción del álbum, posteriormente la carátula del tema en cuestión y por último un breve fragmento del álbum visual.

Teniendo en cuenta que es *Instagram*, el orden de *posts* comienza abajo a la derecha, donde hemos iniciado el *feed* con el logotipo de nuestra empresa. Tras él subiremos la portada y los temas que pertenecen al álbum, así como un teaser de este. Y a continuación los temas, como ya hemos indicado.




12.2.5. Simulación visual de Tik Tok

Al igual que en Instagram nuestra foto de perfil será el logo de *Wave Beats* y la descripción de nuestra empresa en esta plataforma se traduce en “Music content creator” ya que el contenido que colgaremos en Tik Tok será musical.



13. Gestión de derechos de autor



MINISTERIO
DE CULTURA
Y DEPORTE

Guardar

Limpiar campos

Imprimir

REGISTRO CENTRAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
OFICINA PROVINCIAL DE CASTELLÓN DE LA PLANA

**SOLICITUD DE PRIMERA INSCRIPCIÓN. IMPRESO AUTORES 2
OBRA CINEMATOGRAFICA U OBRA AUDIOVISUAL**

ANTES DE RELLENAR ESTE IMPRESO, LEA LAS OBSERVACIONES Y NOTAS AL PIE

TÍTULO DE LA OBRA¹
ZÉ CARDA - NASTY BOYZ

MINUTAJE 20 MINUTOS **IDIOMA ORIGINAL (en su caso)** ESPAÑOL

PRINCIPALES INTÉRPRETES (en su caso)

FECHA DE DIVULGACIÓN DE LA OBRA (en su caso)

Nº DEPÓSITO LEGAL (en su caso)

SEUDÓNIMO²:

(A rellenar sólo en caso de que el autor deseara registrar los derechos sobre la obra bajo seudónimo.)
Sólo en el supuesto de haberse rellenado el campo seudónimo, marcar una de las dos siguientes casillas:

☐ Sin anonimato
☐ Con anonimato. En este caso, y si la obra ha sido divulgada, indíquese a continuación el nombre y apellidos o denominación de la persona física o jurídica, con acreditación de su identidad, a la que corresponda el ejercicio de los derechos de propiedad intelectual:

SE ACOMPAÑARÁ A LA SOLICITUD:

- Una descripción por escrito de la obra, en soporte papel, debidamente encuadrada, con las páginas numeradas, sin tachaduras ni correcciones, y haciendo constar título, autor/es y productor/es en la portada.
- Una grabación de la obra en un soporte cuyo contenido pueda ser examinado por el Registro, haciendo constar título, autor/es y productor/es en el soporte.

En CASTELLÓN DE LA PLANA a 5 de JUNIO de 2020

FIRMA DEL SOLICITANTE(S) / TITULAR(ES)

OBSERVACIONES:

- a) Este impreso es complementario del impreso AUTORES 1 y se presentará conjuntamente con él.
- b) También deberá presentarse la declaración del productor/es (ANEXO al presente impreso).
- c) Deberán cumplimentarse todos los campos, salvo los no obligatorios. En caso contrario, conforme a lo dispuesto en el artículo 68 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, se requerirá al interesado para que subsane la falta en un plazo de diez días, con indicación de que, si así no lo hiciera, se le tendrá por desistido de su petición, previa resolución dictada al efecto.

¹ Deberá coincidir exactamente con el título del ejemplar y con el indicado en el ANEXO al presente impreso y en el impreso AUTORES 1.
² En caso de rellenar este campo, el seudónimo indicado deberá figurar igualmente en la portada del ejemplar. Si hay varios autores con seudónimo, deberá indicarse cuál es el seudónimo de cada uno de ellos.



MINISTERIO
DE CULTURA
Y DEPORTE

REGISTRO CENTRAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
OFICINA PROVINCIAL DE CASTELLÓN DE LA PLANA

**SOLICITUD DE PRIMERA INSCRIPCIÓN. ANEXO AL IMPRESO AUTORES 2
DECLARACIÓN DEL PRODUCTOR O PRODUCTORES
DE LA OBRA CINEMATOGRAFICA U OBRA AUDIOVISUAL**

ANTES DE RELLENAR ESTE ANEXO, LEA LAS OBSERVACIONES Y NOTAS AL PIE

TÍTULO DE LA OBRA³:

ZÉ CARDA - NASTY BOYZ

NOMBRE Y APELLIDOS O DENOMINACIÓN SOCIAL DEL PRODUCTOR/ES:

ALEJANDRO ESTELLÉS MARISCAL, RUTH ORTIZ MUSEROS, ANA LAFUENTE ALBARRAN

MARCAR SÓLO UNA DE LAS SIGUIENTES CASILLAS (Son autores de la obra audiovisual, exclusivamente: el director-realizador; los autores del argumento, la adaptación y los del guión o los diálogos; y los autores de las composiciones musicales, con o sin letra, creadas especialmente para la obra):

- ☒ Declaro que el/los productor/es es/son también el/los único/s autor/es de la obra.
- ☐ Declaro que el productor es uno de los autores de la obra. Se adjunta a la solicitud el correspondiente documento de cesión de derechos de cada uno de los demás autores al productor.
- ☐ Declaro que el productor no es autor de la obra. Se adjunta a la solicitud el correspondiente documento de cesión de derechos de cada uno de los autores al productor.

OBJETOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL QUE SE DESEAN PROTEGER Y DEL QUE SON AUTORES LAS PERSONAS QUE SE INDICAN A CONTINUACIÓN (Marque las casillas que correspondan e indique el nombre del autor. La asignación de autoría reflejada a continuación en el presente Anexo, deberá coincidir exactamente con los créditos que figuren en el ejemplar identificativo de la obra audiovisual):

- ☐ DIRECCIÓN AUTOR/ES: _____
- ☐ REALIZACIÓN AUTOR/ES: _____
- ☐ GUIÓN AUTOR/ES: _____
- ☐ ARGUMENTO AUTOR/ES: _____
- ☐ ADAPTACIÓN AUTOR/ES: _____
- ☐ DIÁLOGOS AUTOR/ES: _____
- ☒ COMPOSICIONES MUSICALES
(creadas especialmente para la obra) AUTOR/ES: ALEJANDRO ESTELLÉS MARISCAL
- ☒ Con letra AUTOR/ES: NESTOR CABEDO CARDÁ
- ☐ Sin letra

MARCAR UNA DE LAS SIGUIENTES CASILLAS:

- ☐ El ejemplar identificativo presentado contiene composiciones musicales preexistentes, no creadas especialmente para la obra, por lo que dichas composiciones se excluyen de la inscripción.
- ☒ El ejemplar identificativo presentado no contiene composiciones musicales preexistentes.

OBSERVACIONES: Este ANEXO es complementario del impreso AUTORES 2 OBRA CINEMATOGRAFICA U AUDIOVISUAL, y deberá presentarse conjuntamente con aquél y con el impreso AUTORES 1.

En CASTELLÓN DE LA PLANA a 5 de JUNIO de 2020
FIRMA DEL SOLICITANTE(S) / PRODUCTOR(ES)

³ Deberá coincidir exactamente con el título del ejemplar y con el indicado en los impresos AUTORES 1 y AUTORES 2.

14. Resultados y conclusiones

En un principio la idea y objetivo principal de nuestro equipo era crear un producto audiovisual, en formato de álbum visual de un total de cinco temas producidos por nosotros. Apostando así por una forma más creativa de difundir el contenido creado y con el fin de llegar al público a través de las redes sociales. Debido a la crisis del Covid-19, nuestro proyecto se redujo a la creación de la pre-producción del álbum visual Nasty Boyz, elaborando cada apartado al detalle para su futura realización.

En este punto retomaremos los objetivos que nos propusimos en el apartado 1.2. para llevar a cabo el desarrollo del proyecto de una forma organizada y eficiente. Veremos si hemos cumplido esos objetivos y analizaremos los resultados obtenidos a partir de estos para reflexionar sobre lo que hemos conseguido.

En primer lugar, como nos propusimos, hemos investigado el marco de la música urbana como género musical y expresión cultural y analizado los álbumes visuales más destacados. Por un lado, esto ha aportado un contexto a las canciones, que siguen la temática del *trap* y rap. Por otro lado esta investigación y análisis nos ha proporcionado una serie de rasgos de identidad del álbum visual que hemos aplicado posteriormente al planteamiento del nuestro. Ya que al tratarse de un aspecto poco desarrollado en el mundo de la música y que cuyas normas no han sido todavía establecidas, era difícil conseguir una idea clara de lo que queríamos. Al analizar los álbumes de artistas como Beyoncé o Bad Bunny hemos ido recogiendo aspectos e ideas que nos han sido útiles y nos han servido de inspiración en desarrollo del guión como de la estética visual.

En segundo lugar, las cinco canciones que componen el álbum visual han sido producidas, y hemos logrado elaborar un guión adecuado a la temática y ritmo de la música generada. Lo que ha hecho posible crear esa sintonía entre ambos elementos que buscábamos en un principio.

Para ello, nos hemos basado en lo que más se oye a día de hoy pero dándoles nuestro toque personal y con cierto grado de reinterpretación. Podemos encontrar

desde ritmos latinos calmados hasta ritmos estadounidenses muy agresivos, haciendo un repaso desde el reggaeton hasta el puro hip-hop, tratando de esta forma de no dejar a ningún oyente indiferente.

Utilizamos este abanico de géneros puesto que cada uno transmite emociones bien diferentes, al igual que las distintas secuencias de nuestra historia. Así conseguimos un hilo conector que esté basado en la música y un producto que combina lo mejor de muchos países americanos como USA, Colombia o Puerto Rico con su visión del mundo y la forma de trabajar que tenemos en España.

En el aspecto técnico hemos puesto especial ímpetu para que la calidad de la grabación así como de las mezclas y los masters estuviera a una altura profesional, de esta forma nuestro público podrá comprobar que aunque lo que está escuchando son las primeras referencias de Zé Carda su trabajo está a un nivel profesional y ha sido cuidado y madurado con cariño. Al no poder mostrar el producto final, hemos realizado unos videos que relatan la producción de cada tema.

En cuanto al guión, nos hemos basado en el de nuestro compañero Néstor Cabedo, quien ha aportado la base e idea narrativa de este. Sin embargo, lo hemos modificado y alargado con la finalidad de encajar las cinco canciones producidas. Para ello ha sido muy útil realizar esta tarea de forma conjunta, ya que todos los miembros del grupo hemos ido aportando ideas y opinando acerca de los cambios y el contenido que hemos agregado. Además, hemos conseguido darle un toque moderno y urbano tanto a la historia, como a los aspectos visuales y de montaje, que siguen el estilo de la música *trap*.

En tercer lugar, debíamos desarrollar la fase de pre-producción del producto audiovisual siguiendo las pautas del guión, es decir, elaborar todos los documentos y elementos necesarios para iniciar la grabación del álbum. Pese a la anulación del rodaje, hemos cumplido este objetivo desarrollando los desgloses y planes necesarios. Por un lado, escogimos los actores basándonos en su imagen y estilo, pretendiendo que estos cuadraran con los personajes de la historia a la perfección,

sin necesidad de castings. Además, las descripciones detalladas de guión nos han ayudado a elaborar los desgloses de vestuario y *atrezzo*.

Por otro lado, establecimos las localizaciones en Burriana, lugar de nacimiento del protagonista, donde ya grabamos nuestro primer corto “*Colorblinds*”, que nos dio muy buenos resultados.

Finalmente, hemos cumplido el objetivo de elaborar un completo plan de explotación y comunicación, que aunque no se ha puesto en práctica, nos ha servido para analizar distintas vías a la hora de futuros lanzamientos.

Este apartado nos parece realmente importante, por lo que le hemos puesto mucha dedicación para desarrollarlo de la forma más precisa posible. Para lograrlo, hemos llevado a cabo un análisis de mercado previo, que nos ha ayudado a conocer tanto el contexto de la industria y el panorama social, como nuestras fortalezas y debilidades como empresa. Además hemos creado un cliente ideal para entender los intereses e inquietudes del target, lo que ha sido fácil porque se acercan mucho a los nuestros.

Al ser un producto innovador y tener un público objetivo bastante joven, decidimos centrar la estrategia de comunicación en las redes sociales, ya que sus características nos ayudarían a cumplir el objetivo de obtener la máxima difusión posible, con el fin de que el material artístico producido tenga salida fuera del ámbito universitario. Sin embargo, al no poder comprobarlo, realizamos una simulación de las que serían nuestras redes sociales corporativas, elaborando los *posts*, el *feed* y las biografías de lo podrían ser nuestras cuentas.

Estamos muy satisfechos de la evolución del guión así como del resultado final, y creemos que el montaje de música e imágenes que esperamos realizar en un futuro puede tener una gran conexión y generar en el público una buena reacción. Tenemos muchas ideas a la hora de la edición y montaje que conectan con la música a la perfección, por lo que esperamos grabarlo en cuanto sea posible y cumplir los objetivos que nos quedan. Aun así estamos orgullosos de este minucioso planteamiento que nos ayudará a desarrollar y difundir un buen producto final.

La temática que engloba nuestro proyecto es muy novedosa, teniendo en cuenta que el hip-hop y el reggaeton, sobre todo en España, son géneros musicales poco valorados. Con los años está aumentando su repercusión y ya podemos escucharlo en la radio y verlo anunciado en grandes pancartas en ciudades como Madrid o Barcelona. Sin embargo estos nuevos géneros que surgen a partir de la música urbana, se están englobando en lo que se conoce como “nuevo pop”, una manera de alejarlos de los estereotipos callejeros que se le atribuyen y relacionarlo con algo profesional, algo más “masticable” para el resto de la población que era ajena a este movimiento. Creemos que la importancia de este género musical reside en sus inicios por lo que es fundamental su estudio y documentación.

Además, pensamos que sería necesario dedicar más temario al sonido y producción de música en los grados de comunicación, ya que son elementos, dentro del área audiovisual, que pocos manejan realmente.

14. Results and conclusions

Initially, the main idea and objective of our team was to create an audiovisual product, in visual album format, of a total of five songs produced by us. Betting on a more creative way of disseminating the content created in order to reach the public through social networks. Due to the Covid-19 crisis, our project was reduced to the creation of the pre-production of the visual album *Nasty Boyz*, elaborating each section in detail for its future realization.

At this point we will return to the objectives that we set ourselves in section 1.2. to carry out the development of the project in an organized and efficient way.

We will see if we have met these objectives and we will analyze the results obtained from them to reflect on what we have achieved.

First, as we wanted to do, we have investigated the framework of urban music as a musical genre and cultural expression and analyzed the most outstanding visual albums. On the one hand, this has provided a context for the songs, which follow the theme of trap and rap. On the other hand, this research and analysis has provided us with the ability of identity features of the visual album that we have subsequently applied to our approach. Since being an underdeveloped aspect in the music world and whose rules have not yet been established, it was difficult to get a clear idea of what we wanted. By analyzing the albums of artists such as Beyoncé or Bad Bunny we have been collecting aspects and ideas that have been useful to us and have served as inspiration in developing the script and the visual aesthetics.

Secondly, the five songs that make up the visual album have been produced, and we have managed to develop a script appropriate to the theme and rhythm of the music generated. What has made it possible to create that harmony between both elements which we were looking for in the beginning.

Regarding the songs, we have based ourselves on what is most heard today but giving it our personal touch and with a certain degree of reinterpretation, we can find

from calm Latin rhythms to very aggressive American rhythms, making a journey from the Reggaeton to pure hip-hop, trying not to leave any listener indifferen.

Thinking of using this range of genres since each one of them transmits very different emotions, like the different sequences of our history, that's how we achieve a connecting thread that is based on music that is really the main product that you want to launch to the world, a product that combines the best of many American countries such as the USA, Colombia or Puerto Rico with their vision of the world and the way of working that we have in Spain, in the technical aspect we have put special impetus so that the quality of the recording as well as the mixes and the masters were at a professional height, in this way our public will be able to verify that although what they are hearing are the first references of Zé Carda, his work is at a professional level and has been lovingly cared for and matured.

As for the script, we have based on that of our colleague Néstor Cabedo, who has provided the basis and narrative idea for it. However, we have modified and lengthened it in order to fit the five songs produced. For this, it has been very useful to carry out this task together, since all the members of the group have been contributing ideas and giving opinions about the changes and the content that we have added. In addition, we have managed to give a modern and urban touch to both the history, and the visual and montage aspects, which follow the style of trap music.

Third, we had to develop the pre-production phase of the audiovisual product following the guidelines of the script, that is, prepare all the documents and elements necessary to start recording the album. Despite the cancellation of filming, we have met this objective by developing the necessary breakdowns and plans.

On one hand, we have chosen the actors based on their image and style, pretending that they fit the characters of the story perfectly, without the need for castings. Also, detailed script descriptions have helped us craft costume and prop breakdowns.

On the other hand, we established locations in Burriana, the protagonist's birthplace, where we already recorded our first short "Colorblinds", which gave us very good results.

Finally, we have fulfilled the objective of preparing a complete exploitation and communication plan, which, although it has not been put into practice, has helped us to analyze different ways when it comes to future launches.

This section seems really important to us, so we have put a lot of dedication into developing it as precisely as possible. To achieve this, we have carried out a previous market analysis, which has helped us to understand both the context of the industry and the social panorama, as well as our strengths and weaknesses as a company. We have also created an ideal client to understand the interests and concerns of the target, which has been easy because they are very close to ours.

Being an innovative product and having a fairly young target audience, we decided to focus the communication strategy on social networks, since its characteristics would help us meet the objective of obtaining the widest possible dissemination, so that the artistic material produced have exit outside the university environment. However, not being able to verify it, we made a simulation of what our corporate social networks would be, preparing the posts, the feed and the biographies of what our accounts could be.

We are very satisfied with the evolution of the script as well as the final result, and we believe that the montage of music and images that we hope to make in the future can have a great connection and generate a good reaction in the public. We have many ideas when it comes to editing and editing that connect with the music produced to perfection, so we hope to record it as soon as possible and meet our remaining goals. Even so, we are proud of this meticulous approach that will help us develop and disseminate a good final product.

The theme that encompasses our project is very novel, currently hip-hop or reggaeton doesn't have the approbation of all the people, especially in Spain, where

it is a musical genre that is undervalued, although little by little it has been gaining repercussion and for a few years ago We can already listen to it on the radio and see it announced on large banners in cities like Madrid or Barcelona, which is why all these genres are encompassing what is known as new pop, a way to get away from the street stereotypes attributed to it. and relate it to something professional, something more “chewy” for the rest of the population that was foreign to this movement.

In addition, we believe that it would be necessary to dedicate more topics to sound and music production, since they are elements, within the audiovisual area, that few really manage.

15. Referencias bibliográficas y documentales

Adorno, T. W. (2014). *Escritos musicales I-III*. Madrid, España: Ediciones Akal.

Beaumont, M. (2015). *Kanye West: God & Monster*. EEUU: Omnibus Press. ISBN: 178323394X, 9781783233946

Bravo, N (2018) *Música e identidades juveniles*. El trap como fenómeno global de juventudes marginalizadas. Colombia.

Chojin, y Reyes, F. (2010). *Rap: 25 años de rimas. Un recorrido por la historia del rap en España*. Barcelona, España: Viceversa.

Garrett, K. y Beyoncé. (2016) *Lemonade*. [Álbum visual] EEUU: Parkwood Entertainment y Columbia Records.

Garzón-Montano, G y Audrey, D. (2015) *Jungle* [Álbum Visual] EEUU: Cash Money y Universal Republic

Harrison, C. (2014). *The visual album as a hybrid art-form: A case study of traditional, personal, and allusive narratives in Beyoncé*. A Master's Thesis for the Degree Master of Arts (Two Years) in Visual Culture. Lund: Department of Arts and Cultural Sciences, Lunds University.

Hype, A. y Bad Bunny (2020) *YHLQMDLG*. [Álbum visual] EEUU: Rimas Entertainment.

Hormigos, J. (2012). *La sociología de la musica*. Teorías clásicas y puntos de partida en la definición de la disciplina. Barataria. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales, (14), pp. 75-84.

Real Academia Española (2014) Diccionario de la lengua española (22ª ed) Recuperado de: <https://www.rae.es>

RZA y West. K. (2010) *Dark Fantasy*. [Álbum visual] EEUU: RZA.

Salado, C. y Ferrández, R. (2018) *Mala Ruina*. [Cortometraje musical] España: K.O Cinema y La vendición records.

Sedeño-Valdellós, A. (2016). El álbum visual como nueva forma promocional de la industria de la música: el caso de *Let England Shakedown* PJ Harvey y Seamus Murphy. *Palabra Clave*, 19(1), 105-132.

Sedeño-Valdellós, A. (2020). El álbum visual como nueva forma promocional de la industria de la música: el caso de *Let England Shake* de PJ Harvey y Seamus Murphy. Recuperado de: <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/5222/html>

Sediles, David. (2017). *Una historia del trap: del rap de Atlanta al parasitismo español*. Editoriadl Magnet. Recuperado de <https://magnet.xataka.com/en-diez-minutos/una-historia-del-trap-del-rap-de-atlanta-al-parasitismo-espanol>

Sierra, A. (2004). *Estrategias pedagógicas que ligan la lengua y la música en la enseñanza de español como lengua extranjera*. Trabajo de grado, universidad Javeriana. Bogotá.

Simmel, G. (2003). *Estudios psicológicos y etnológicos sobre música*. Buenos Aires: Gorla.

Snitcher, (2018). *¿Qué es la música Trap?*. Recuperado de <http://www.hhgroups.com/editorial-hiphop/personales/que-es-la-musica-trap-6780/>

Urdaneta, Marianela (2007). *El reggaetón, entre el amor y el sexo*. Análisis sociolingüístico. Trabajo de grado, universidad del Zulia. Maracaibo. Venezuela.